

Relatório de Sustentabilidade Ultragaz 2012





Perseverar em busca da excelência



Missão

- ◆ Atuar com os melhores padrões de qualidade, segurança e excelência operacional de produtos e serviços.
- ◆ Fortalecer a marca, promovendo o melhor atendimento ao cliente e o reconhecimento da nossa atuação como empresa sustentável.
- ◆ Buscar crescimento permanente, observando nossos valores e princípios e sustentação financeira, através de:
 - ◆ Talentos: ter as pessoas como diferencial competitivo.
 - ◆ Clientes: marca de maior valor percebido e paixão pelo cliente.
 - ◆ Custos: ser o operador de menor custo.

Visão

- ◆ Ser o padrão mundial de GLP.

Princípios Operacionais

- ◆ Segurança: definir os padrões da indústria.
- ◆ Flexibilidade: melhores competências e recursos em qualquer situação.
- ◆ Integração: colaboração como peça-chave.
- ◆ Inovação: cultura de aprendizagem.
- ◆ Velocidade: sempre à frente dos competidores.
- ◆ Qualidade: atendimento confiável, seguro e no tempo certo das necessidades do cliente.
- ◆ Sustentabilidade: ser uma empresa sustentável.



Nossas boas-vindas

Bem-vindo(a) ao **Relatório de Sustentabilidade Ultragaz 2012**, o terceiro elaborado com base nas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI). Aqui, você vai encontrar dados sobre os desempenhos econômico, social e ambiental da empresa no Brasil, no exercício de 2012.

Ao longo do relatório, ícones irão sinalizar quais dos indicadores GRI estão respondidos em cada capítulo e também as correlações com os 10 princípios do Pacto Global. Você terá acesso às frases dos principais dirigentes, mencionando ações para lidar com os desafios futuros. Também encontrará informações interessantes sobre o uso do Gás LP, apontadas na seção **Curiosidade**.

Oito temas identificados como *altamente relevantes* pelos públicos entrevistados, durante o processo de construção da Matriz de Materialidade Ultragaz 2012, chamados **TOP Ultragaz**, estão sinalizados com ícones cujas letras nas cores azul, amarela e vermelha representam os temas escolhidos pelo público interno, por representantes dos públicos externos e por ambos, respectivamente.

Solicitação de informações adicionais, sugestões, críticas ou comentários podem ser enviados para sustentabilidade@ultragaz.com.br. Desejamos a todos uma boa leitura!



Sumário



4 Mensagem do Diretor-Superintendente



20 Desempenho Econômico



48 Prêmios e Reconhecimentos



6 Sobre o Relatório



26 Desempenho Social



50 Índice Remissivo GRI



10 Perfil Ultragaz



40 Desempenho Ambiental



14 Governança e Transparência



46 Pacto Global



Este relatório foi impresso em papel certificado FSC, que garante a procedência sustentável do produto.



Avanços e conquistas marcam o ano de 2012



Investimentos possibilitaram bons resultados nas operações, com destaque para o segmento de venda de Gás LP a granel. O ano marcou também avanços significativos na incorporação da sustentabilidade aos negócios

O ano de 2012 foi marcado pelo crescimento de 6% no volume de negócios do segmento a granel na Ultragaz, que registrou a comercialização de 548 mil toneladas. Esse resultado é fruto de um trabalho bem-sucedido de prospecção de novos clientes, dos investimentos em expansão do **UltraSystem** e da aquisição da Repsol, em outubro de 2011. Tais medidas possibilitaram ganhos em escala logística e gestão, fazendo com que estejamos mais bem preparados para o ciclo de crescimento da distribuição de Gás LP no segmento a granel, do qual somos pioneiros.

O desempenho do mercado brasileiro confirma que estamos no rumo certo. Houve um novo recorde histórico no volume de vendas de Gás LP no Brasil, em 2012, com 7,13 milhões de toneladas comercializadas. Esse resultado foi impulsionado justamente pelo consumo a granel, que acumula um crescimento de 15,8% nos últimos cinco anos.

A atuação da Ultragaz contribui com os resultados nacionais. Atualmente, distribuimos Gás LP (envasado em botijões) para cerca de 11 milhões de domicílios; e, a granel, para outros 40 mil clientes. Somos líderes em participação no mercado, com 23,5% de *market share*. Em 2013, vamos expandir ainda mais as operações do **UltraSystem** e investir na modernização e ampliação de bases de engarrafamento dos botijões.

Ano a ano, estamos mais estruturados, também, para aproveitar todas as oportunidades do mercado e expandir os negócios, gerando empregos e contribuindo para o desenvolvimento do Brasil. A produção de Gás LP vai crescer sobremaneira

no cenário nacional, acompanhando a ampliação da capacidade de refino do petróleo e a entrada em operação da Refinaria Abreu e Lima, no Nordeste, e as novas Unidades de Processamento de Gás Natural; além, é claro, das excelentes perspectivas relacionadas ao pré-sal. Estimamos que a disponibilidade interna de Gás LP apresente superávit dentro de cinco anos.

Por isso, estamos investindo em pesquisa e no desenvolvimento tecnológico, fundamentais para a descoberta e viabilização de novos usos para o Gás LP, principalmente ligados ao agronegócio e a regiões remotas.

Mais do que comemorar, é importante agradecer a todos que fazem da Ultragaz uma empresa líder em seu segmento de atuação: aos colaboradores, pela dedicação; aos acionistas, pelo apoio; aos clientes, pela confiança; aos fornecedores e aos revendedores, pela parceria.

A Ultragaz é feita de pessoas, e é por elas que temos trabalhado para incorporar os conceitos da sustentabilidade no dia a dia das operações. Além de investimentos em treinamento e segurança — premissas essenciais, devido à natureza do nosso negócio —, também temos nos preocupado em não apenas fazer mais; mas fazer melhor. Esse é um processo rico em aprendizado e já nos possibilitou avanços significativos.

Desde 2009, quando incorporamos a sustentabilidade na gestão da companhia, temos trabalhado fortemente para incorporar esse conceito na prática. No que se refere à distribuição, às embalagens e ao produto em si, passamos a otimizar o processo de pintura dos nossos botijões; desenvolvemos uma etiqueta de segurança biodegradável; renovamos a frota de caminhões; e passamos a monitorar e minimizar os impactos das nossas operações de forma sistematizada.

Fizemos o primeiro Inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa, em 2010 (ano-base 2009), e estamos ampliando a cada ano um pouco mais o escopo desse monitoramento. Em 2012, compensamos as emissões de CO₂ dos projetos sociais itinerantes; lançamos o Programa Economize, para redução do consumo de energia, água e papel; consolidamos o programa de reciclagem de pilhas, baterias e celulares; e concluímos a estruturação da primeira Revenda Sustentável Ultragaz, concebida nos critérios do Green Building Council e com certificação LEED (Leadership in Energy and Environmental Design).



Na área social, apoiamos e desenvolvemos projetos de cultura e educação em vários estados do país. Estamos abrindo novos canais de diálogo com diferentes públicos com os quais nos relacionamos, visando ampliar o engajamento e a comunicação com os nossos públicos de interesse, os chamados *stakeholders*.

Muito já se fez, mas muito ainda precisa ser feito. Continuamos a nos engajar em movimentos nacionais e globais. Em 2012, renovamos o nosso compromisso com o Pacto Global — movimento do qual somos signatários desde 2009 — e também assinamos a carta intitulada *Contribuição Empresarial para a Promoção da Economia Verde e Inclusiva*, um dos resultados do Fórum de Sustentabilidade Corporativa da Rio+20, ocorrido em junho.

Estamos satisfeitos em observar que o nosso compromisso com a sustentabilidade já começa a trazer bons resultados inclusive na conquista e na fidelização de clientes que compactuam dos mesmos valores.

Para que esse ciclo virtuoso se fortaleça, precisamos do apoio dos nossos colaboradores e dos públicos com os quais nos relacionamos. Faça um convite para que cada um se engaje e some esforços nessa jornada, para que possamos prosseguir com o nosso negócio e, ao mesmo tempo, gerar valor para as pessoas, para o meio ambiente e para o planeta.

Nas próximas páginas, você vai conhecer um pouco mais sobre as nossas ações e os nossos resultados. Boa leitura!

Pedro Jorge Filho
Diretor-Superintendente da Cia. Ultragaz S/A



Experiência contribui para aprimorar o relato

Aprendizados construídos desde 2009, quando a Política de Sustentabilidade foi implantada na Ultragaz, refletem-se também em melhorias nos processos de relato e de construção da matriz de materialidade da empresa

Pelo terceiro ano consecutivo, a Ultragaz utiliza as diretrizes da **Global Reporting Initiative (GRI)** para guiar a construção do seu processo anual de prestação de contas à sociedade. A cada novo ciclo de relato, a empresa tem buscado aperfeiçoar o diálogo com representantes dos diferentes públicos de relacionamento, procurando ouvir deles quais

são os temas que consideram relevantes para serem endereçados no relatório de sustentabilidade. O objetivo é responder aos anseios dos públicos de forma clara, objetiva e transparente, reportando os indicadores e os temas que reflitam os impactos econômicos, sociais e ambientais significativos da companhia.

Este **Relatório de Sustentabilidade Ultragaz** refere-se ao exercício de 2012, que teve início em 1º de janeiro e findou em 31 de dezembro. Ele traz informações sobre o desempenho da empresa nas suas operações desenvolvidas em todo o Brasil e apresenta dados comparativos com o desempenho nos exercícios de 2010 e 2011 para a maior parte dos indicadores.

O relato de sustentabilidade anterior foi publicado em setembro de 2012. Em seu site institucional, a empresa traz informações de suas operações também ao longo do ano (www.ultragaz.com.br). Por integrar a **Ultrapar**, que possui ações negociadas na BM&FBOvespa, os balanços de desempenho financeiro da Ultragaz são publicados trimestralmente e estão disponíveis no site institucional do Grupo (www.ultra.com.br).

MATRIZ DE MATERIALIDADE

Para a definição dos temas considerados relevantes neste processo de relato, foram realizadas, ao todo, 26 entrevistas, sendo 13 com colaboradores de diferentes áreas internas: Diretoria-Superintendência; Diretoria de Operações; Marketing; Produção; Sustentabilidade; Conselho Administrativo; Empresarial; Domiciliar; Desenvolvimento; Recursos Humanos; e Saúde, Segurança e Meio Ambiente. Foram também ouvidos outros 13 representantes dos demais públicos estratégicos, sendo: três revendedores, três fornecedores, três clientes empresariais, três clientes domiciliares, e um especialista externo.

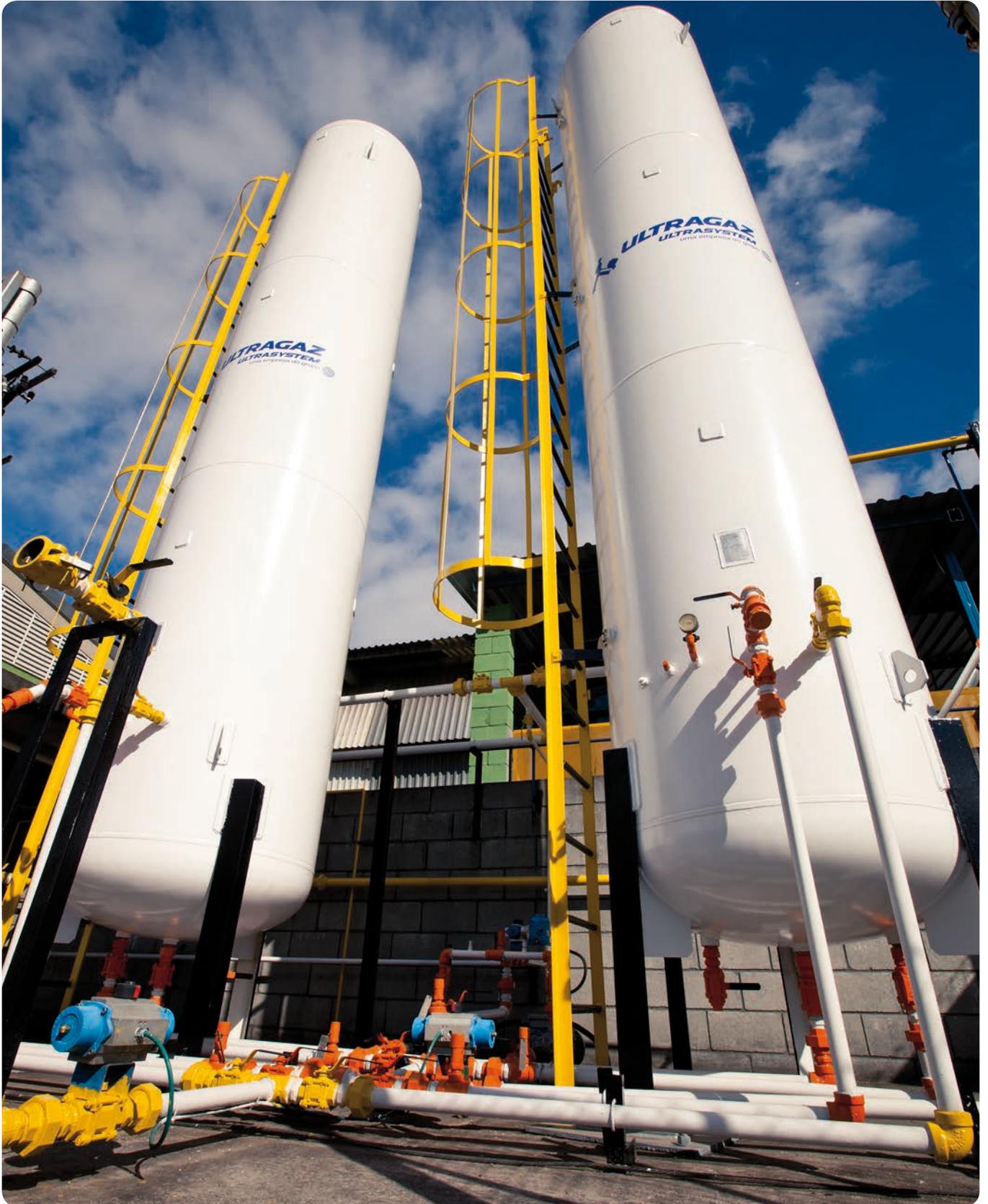
Considerou-se, para essa escolha, os públicos que mais proximamente se relacionam com a Ultragaz e, portanto, conhecem melhor o negócio, de tal forma que pudessem oferecer contribuições mais consistentes para a construção da matriz de materialidade. Do ponto de vista quantitativo, o número de entrevistas mais do que dobrou, em 2012, na comparação com as realizadas para o relato anterior (quando foram ouvidos 11 *stakeholders*). O objetivo foi ampliar ainda mais a representatividade dos públicos de relacionamento da empresa na definição dos temas materiais do relatório.

A própria construção da **Matriz de Materialidade Ultragaz** representa um processo contínuo de aprendizagem e evolução. Uma inovação de 2012, decorrente dos ensinamentos obtidos com os dois processos anteriores — relativos aos exercícios de 2010 e 2011 —, referiu-se à compilação dos temas em três níveis de importância para os públicos: “muito relevante”, “relevante” e “não relevante”. O nível “média relevância”, que havia sido utilizado nos anos anteriores, foi excluído na construção da nova matriz. Essa decisão buscou facilitar o entendimento e a classificação dos temas pelos entrevistados.

Ainda visando qualificar a Matriz de Materialidade Ultragaz 2012, realizou-se uma análise crítica das respostas obtidas durante o processo desenvolvido para o Relatório de Sustentabilidade Ultragaz 2011. A partir desse trabalho, houve uma readequação de alguns enunciados dos temas, também oferecendo um melhor entendimento por parte dos diferentes públicos. A análise possibilitou, por exemplo, verificar que havia diferentes interpretações para o item “Comunicação e Marketing”

Públicos com os quais a Ultragaz se relaciona (stakeholders)







Matriz de Materialidade Mudanças na Nomenclatura dos Temas

Como era	Como ficou
Comunicação e Marketing	Transparência na Comunicação com os Públicos de Interesse
Transporte	Risco e Segurança no Transporte
Treinamento e Educação	Treinamento e Educação de Revendedores e Empregados
Emissões	Mudanças do Clima e Emissões de Gases de Efeito Estufa
Comunidade	Diálogo e Engajamento com Comunidades (investimento social)
Biodiversidade	Gestão da Biodiversidade no Entorno das Bases de Produção
Uso de Materiais e Reciclagem e Rotulagem de Produtos	Uso de Materiais e Reciclagem (botijões/lacres)
	Gestão de Resíduos
Energia	Consumo de energia direta e indireta e diversificação de fontes energéticas
Saúde e Segurança do Cliente	Saúde e Segurança do Cliente*
Água	Consumo, descarte e reciclagem de água
Segurança no Trabalho	Saúde e Segurança no Trabalho
Relações Trabalhistas	Relações Trabalhistas
Produtos e Serviços	Produtos e Serviços (mitigação dos impactos ambientais)
Processo de Compra	Processo de Compra (cláusulas socioambientais)
Diversidade	Diversidade e Igualdade de Oportunidades
Impactos Econômicos	Impactos Econômicos
Concorrência Desleal	Concorrência Desleal (informalidade)
Trabalho Infantil	—
Trabalho Precário	—
Corrupção	—
Associação Coletiva	—
—	Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico

*Os temas em cinza mantiveram a mesma nomenclatura.

nos processos anteriores. Para tornar a questão mais clara, o enunciado foi modificado para “Transparência na Comunicação com os Públicos de Interesse”.

Outro ajuste, também para melhorar a compreensão, envolveu a adequação dos temas “Uso de Materiais e Reciclagem” e “Rotulagem de Produtos”, que foram agrupados em “Uso de Materiais e Reciclagem (botijões/lacres)”. Integrado a esse mesmo quesito no ano passado, o item “Gestão de Resíduos”, em 2012, foi explicitado durante a apresentação aos entrevistados, também como forma de detalhar e aprofundar o entendimento dos temas propostos. De forma geral, a nomenclatura de quase todos os enunciados foi aprimorada. Confira, no quadro ao lado, as principais mudanças.

Temas considerados “não relevantes”, nos anos anteriores, foram excluídos da matriz, porque se julgou que já estavam contemplados de alguma forma nos demais enunciados apresentados. São eles: “Corrupção”, “Associação Coletiva”, “Trabalho Precário” e “Trabalho Infantil”. Embora essas sejam questões relevantes para toda a sociedade, os entrevistados entenderam que, na Ultragas, elas estão devidamente monitoradas, minimizando consideravelmente, portanto, os riscos de trabalho infantil e de trabalho análogo ao escravo em quaisquer operações da empresa ou de seus revendedores.

Já o tema “Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico” foi incluído, na nova matriz, porque se acredita que deva estar no radar da empresa diante das oportunidades advindas do aumento da capacidade de refino e da exploração de petróleo na camada pré-sal do território brasileiro.

OS TOP 8 ULTRAGAZ

Neste ano, como nos relatos anteriores, os representantes dos públicos foram apresentados aos temas da materialidade identificados no ano anterior, e aprimorados para este relatório, durante as entrevistas individuais, e convidados a classificá-los de acordo com o grau de importância de cada um dos temas para a gestão do negócio da Ultragas, na percepção deles. Aos entrevistados, foi explicado que um tema considerado “muito relevante” é aquele que exige especial atenção e deve ser endereçado com cuidado, por parte da companhia, uma vez que pode provocar impactos negativos aos negócios, à sociedade e ao



meio ambiente se não forem gerenciados da maneira adequada.

Outra novidade da Matriz de Materialidade Ultragaz 2012, na comparação com a anterior, foi a criação de uma classificação dos temas considerados “os mais relevantes”, escolhidos durante as entrevistas individuais com representantes dos públicos interno e externo. Cada entrevistado foi convidado a apontar os cinco temas julgados mais importantes em sua visão. Do cruzamento dos “cinco mais” apontados pelo público interno com os “cinco mais” apontados pelo público externo resultaram **oito temas** reportados ao longo do Relatório e indicados pelo ícone gráfico TOP Ultragaz, para facilitar a compreensão.

Para temas considerados “os mais relevantes” pelo público externo, o ícone do botijão azul aparece com as letras na cor amarela; já as letras azuis são usadas para os eleitos pelo

-  Saúde e Segurança do Cliente
-  Treinamento e Educação de Revendedores e Empregados
-  Risco e Segurança no Transporte
-  Saúde e Segurança no Trabalho
-  Concorrência desleal (informalidade)
-  Transparência na comunicação com os públicos de interesse
-  Diálogo e engajamento com comunidades (investimento social)
-  Pesquisa e desenvolvimento tecnológico

público interno; e as letras vermelhas, para temas que foram classificados por ambos os públicos como os mais relevantes (*confira legenda ao lado*).

Uma questão sinalizada pelos públicos, em 2011, envolveu a falta de comunicação, com a devida ênfase, sobre os diferenciais do Gás LP como uma alternativa de energia comparativamente mais limpa. Para endereçar essa questão, este Relatório traz a seção **Curiosidade**, distribuída ao longo dos capítulos, com informações sobre os diferentes usos e as principais vantagens do Gás LP para o consumo doméstico, mas também industrial e agrícola.

A Ultragaz está atenta ao lançamento da versão G4 das diretrizes da GRI para o processo de relato, e se compromete a, no prazo concedido de três anos, incorporar o novo formato e os critérios apresentados durante a Conferência Internacional da organização, ocorrida em Amsterdã, na Holanda, em maio de 2013.



Mais de 75 anos de excelência na distribuição de Gás LP

Líder na distribuição de Gás LP no Brasil, a Cia Ultragaz atende a cerca de 11 milhões de domicílios e serve mais de 40 milhões de brasileiros

Em mais de 75 anos de atividade, a Ultragaz tornou-se líder na distribuição de Gás Liquefeito de Petróleo (Gás LP ou GLP) no Brasil, também conhecido como gás de cozinha. Presente em todas as regiões do país, esta empresa de grande porte atende a aproximadamente 11 milhões de domicílios e serve mais de 40 milhões de pessoas, além dos mais de 40 mil clientes empresariais. Também comercializa, em média, 8 milhões de botijões por mês e, em 2012, registrou um volume de vendas de 1,7 milhão de toneladas de gás.

A Ultragaz foi pioneira na introdução do Gás LP como gás de cozinha no Brasil, tanto no segmento envasado quanto no granel, numa época em que a lenha e o carvão ainda eram os principais insumos para o cozimento de alimentos nos lares brasileiros. A empresa — batizada, nos idos de 1937, com o nome de *Empresa Brasileira de Gaz a Domicílio* por seu fundador, o imigrante austríaco Ernesto

Igel — hoje está entre as maiores companhias do mundo em seu segmento de atuação.

A Ultragaz mantém 23,5% de participação de mercado no Brasil. Em 2012, teve uma receita líquida de R\$ 3,847 bilhões, o que representou um crescimento de 2% em relação ao ano anterior.

Com sede em São Paulo, a organização conta com um quadro de mais de 4 mil colaboradores

e dispõe de uma rede de cerca de 5 mil revendedores exclusivos. Na Bahia, atua sob a marca Brasilgás, adquirida em 1979. A estrutura da Ultragaz é constituída por 21 bases de estocagem e distribuição e 17 bases engarrafadoras de gás, localizadas em diversas cidades brasileiras, além de 22 lojas próprias, também distribuídas por todo o país.



Ultragaz em destaque

- ❖ Mais de **75 anos** de história
- ❖ Cerca de **11 milhões** de domicílios atendidos
- ❖ **8 milhões** de botijões de gás vendidos ao mês
- ❖ Mais de **40 mil** clientes empresariais
- ❖ **1,7 milhão** de toneladas de Gás LP distribuídas/ano
- ❖ **17** bases engarrafadoras
- ❖ **21** bases de estocagem e distribuição
- ❖ **22** lojas próprias
- ❖ Cerca de **5 mil** revendedores exclusivos

Curiosidade

O gás de cozinha está cada vez mais presente no tradicional churrasco brasileiro. Cresce ano a ano o uso do Gás LP nas churrasqueiras de casas e apartamentos com espaço gourmet, em substituição ao uso do carvão vegetal. As principais vantagens são: redução de fumaça; controle de chama; e alimentos mais saudáveis e livres de exposição à fuligem.

(Fonte: Sindigás)

Cobertura nacional

MAPA DE ATUAÇÃO DAS UNIDADES ULTRAGAZ



Ilustração cedida pela área de Relações com Investidores da Ultrapar

A Ultragaz está presente em todas as regiões do Brasil e dispõe de uma rede de cerca de 5 mil revendedores exclusivos

Além da distribuição de Gás LP, a Ultragaz também oferece consultoria e soluções energéticas customizadas aos setores de agricultura, comércio, serviços, indústrias e condomínios.

A empresa é controlada pelo **Grupo Ultra** (Ultrapar Participações S.A.), a maior rede de distribuição privada de combustíveis do país e, em volume de faturamento, uma das cinco maiores companhias nacionais do setor privado. O conglomerado reúne, também, a Oxiteno (única fabricante de óxido de eteno e derivados no Mercosul), a Ultracargo

(soluções logísticas e armazenagem de granéis líquidos), a Ipiranga (distribuidora de combustíveis comprada em 2007, por meio de consórcio com a Petrobras e a Braskem) e a Texaco, adquirida em 2008.

A Ultrapar tem ações listadas na Bolsa de Valores de São Paulo e de Nova Iorque há 14 anos, desde 1999. O Grupo também integra a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da BM&FBovespa, que reconhece as empresas comprometidas com as boas práticas de governança corporativa e com os diferentes aspectos da sustentabilidade.

Na Ultragaz, esse compromisso está expresso, formalmente, na Política de Sustentabilidade. Elaborada em 2009, a Política é constituída por quatro pilares principais: Comunidade, Meio Ambiente, Bem-Estar e Gestão Responsável. A companhia também é signatária do Pacto Global da ONU, desde 2009, e integra o **World Liquefied Petroleum Gas Association** (W LPGAS), entidade internacional que representa o setor e possui mais de 175 empresas afiliadas, provenientes de 90 países.



Os caminhos do Gás LP

Antes de chegar a cerca de 95% dos lares brasileiros, o gás passa por diferentes etapas de distribuição

DISTRIBUIÇÃO DE GLP NO BRASIL

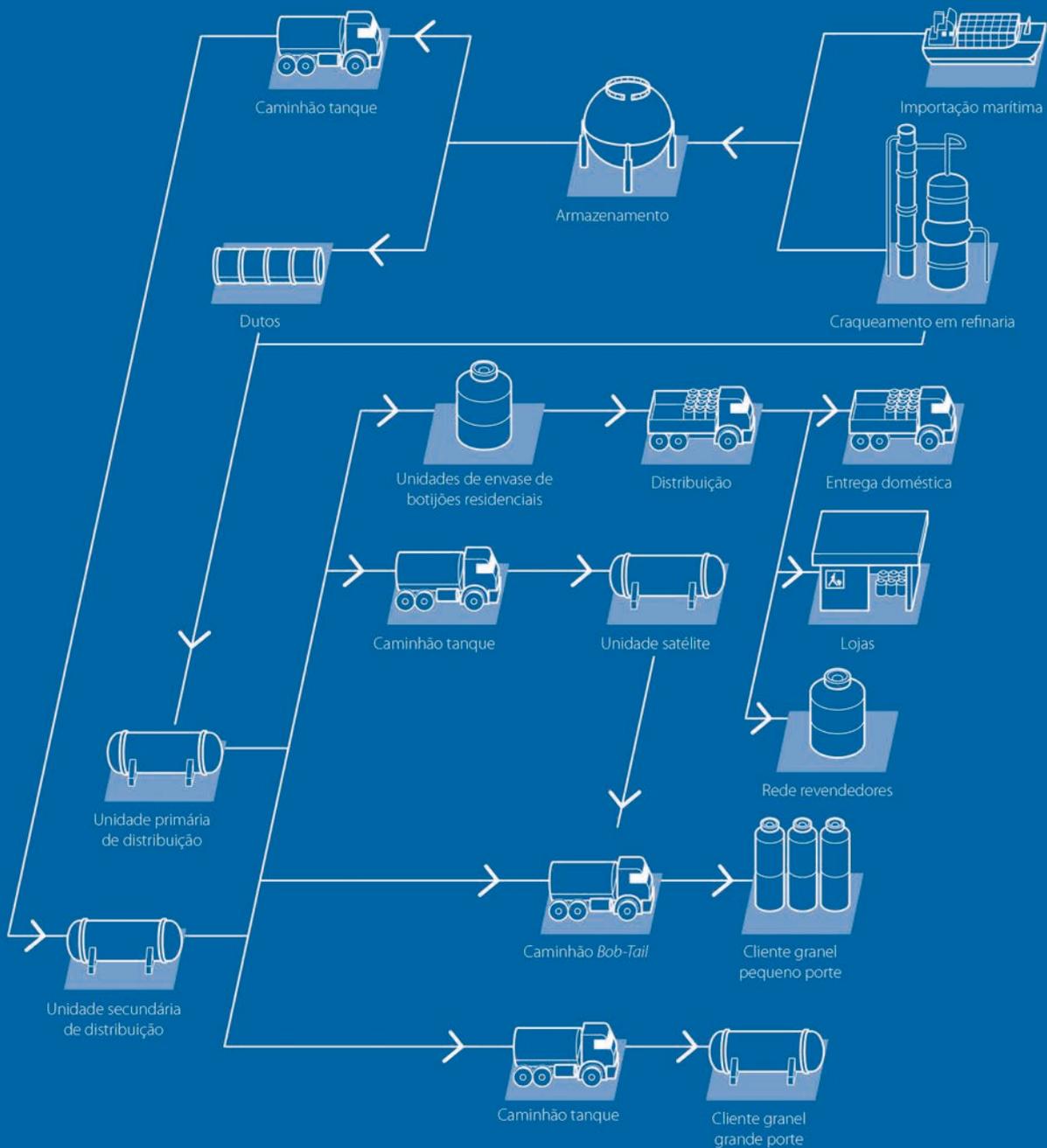


Ilustração cedida pela área de Relações com Investidores da Ultrapar

Soluções customizadas

Ao longo do tempo, a Ultragaz implementou diversos programas de excelência operacional, acompanhando a evolução natural do mercado e trazendo novas possibilidades para o uso do Gás LP. Também investiu continuamente na segurança do produto, na qualidade de vida dos colaboradores e em soluções que atendam às diferentes demandas dos clientes.

Atualmente, a empresa comercializa os tradicionais botijões azuis em volumes de 2, 5, 13, 20, 45 e 90 kg. As vendas no segmento doméstico são feitas pelo sistema porta a porta e oferecem o serviço de entrega **Disk Ultragaz**. No segmento corporativo, a comercialização é feita por meio do **UltraSystem**, um sistema customizado que distribui gás a granel

de acordo com as necessidades específicas de cada cliente.

Em 2011, a aquisição da Repsol no Brasil fortaleceu a posição da Ultragaz no segmento a granel. A transação gerou ganhos de escala e trouxe um incremento no volume de vendas da ordem de 22 mil toneladas — o que corresponde a 1% do mercado nacional de Gás LP a granel.



Curiosidade

O Gás LP não tem prazo de validade. É importante prestar atenção, no entanto, à vida útil do botijão, de 15 anos, em média, e à mangueira de plástico, que deve ser trocada a cada cinco anos.

(Fonte: Sindigás)



GOVERNANÇA E TRANSPARÊNCIA

GRI 2.9; 4.1 a 4.4; 4.6 a 4.8; S03 e S04

Pacto Global



Estrutura sólida para apoiar a administração

Para alcançar a Visão de “Ser o padrão mundial de GLP”, a Ultragaz possui uma governança corporativa pautada pela ética e as melhores práticas do mercado

A Cia. Ultragaz S.A integra o Grupo Ultra (Ultrapar Participações S.A.), que possui ações negociadas no Novo Mercado da Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBovespa) e na Bolsa de Valores de Nova Iorque (NYSE). A Ultrapar atua em três setores: distribuição de Gás LP e combustíveis, por meio da Ultragaz e da Ipiranga; indústria química, com a Oxitenio; e no segmento de armazenagem para grânéis líquidos, com a Ultracargo. Para conduzir com excelência os negócios, a Ultragaz se baseia nas melhores práticas de governança corporativa.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Em 10 de abril de 2013, na eleição mais recente, o senhor Paulo Guilherme Aguiar Cunha foi reconduzido à presidência do Conselho de Administração da Ultrapar, com mandato até agosto de 2015. Tal decisão é respaldada pelo estatuto social da companhia. Alinhado aos critérios de independência preconizados pela BM&FBovespa, o Grupo possui, em seu Conselho, nove membros, sendo cinco deles independentes. O Conselho é a mais alta instância de governança do Grupo.

Na eleição, Thilo Mannhardt, que era membro independente do Conselho desde abril de 2011, assumiu o cargo de Diretor-Presidente da Diretoria Executiva da Ultrapar. Pedro Wongtschowski, que ocupava o cargo executivo até então, tomou posse como membro do Conselho de Administração.

Outra mudança envolveu o membro independente Luiz Carlos Teixeira, que deixou o Conselho. Para a vaga, foi eleito o engenheiro Ivan de Souza Monteiro, que é vice-presidente de Gestão Financeira e Relações com Investidores do Banco do Brasil S.A. e membro de conselhos da Previ, da CPFL Energia S.A. e da MAPFRE BB SH2 Participações S.A.

Permanecem no Conselho de Administração, com mandatos renovados até 2015, Lucio de Castro Andrade Filho (vice-presidente) e Ana Maria Levy Villela Igel, além dos conselheiros independentes Nildemar Secches, Paulo Vieira Belotti, Olavo Egydio Monteiro de Carvalho e Renato Ochman.

O Conselho de Administração reuniu-se, ao todo, nove vezes, em 2012, para deliberar sobre temas relativos aos rumos e às decisões estratégicas das empresas do Grupo.

Em 2012, foram realizadas duas Assembleias Gerais. Dessas, uma foi Extraordinária (AGE), e outra, Ordinária e Extraordinária (AGOE). Esta última, realizada em 11 de abril de 2012, aprovou as contas, as demonstrações financeiras e os pareceres dos auditores independentes referentes ao exercício de 2011, bem como a destinação do lucro líquido e a remuneração máxima dos administradores. Já a AGE, realizada em 12 de julho de 2012, aprovou a aquisição da totalidade das ações de emissão do Terminal Marítimo do Maranhão S.A. (Temmar). As atas, bem como a qualificação de todos os conselheiros e informações detalhadas sobre a governança corporativa do Grupo estão disponíveis no site institucional www.ultra.com.br.

CONSELHO FISCAL

O atual Conselho Fiscal do Grupo Ultrapar foi eleito pela Assembleia Geral Ordinária da companhia, realizada em 10 de abril de 2013, e possui três membros efetivos e independentes e três suplentes, cujos mandatos estarão em vigor até agosto de 2014. Os titulares são Flavio César Maia Luz (presidente desde 2005), Mario Probst e José Reinaldo Magalhães.

Cabe ao Conselho Fiscal, entre outras atribuições, auxiliar o Conselho de Administração nas decisões estratégicas, econômicas, financeiras e contábeis; analisar e opinar, por exemplo, sobre os relatórios de administração e as demonstrações financeiras; e contribuir para assegurar a efetividade dos controles internos e dos processos de auditoria nas empresas do Grupo. Nesse sentido, o Conselho Fiscal exerce as funções de Comitê de Auditoria, assegurando o cumprimento das disposições da *Lei Sarbanes-Oxley* (SOX).

COMITÊ DE REMUNERAÇÃO

O Comitê de Remuneração, com caráter estatutário, possui entre as suas atribuições a de revisar, periodicamente, os parâmetros e as diretrizes da

política de remuneração e de benefícios para os administradores e os executivos da companhia e de suas empresas controladas. O Comitê pode propor ao Conselho de Administração ações relativas à remuneração, bem como acompanhar as ações implementadas nas empresas, para assegurar que os modelos de competências e liderança, atração, retenção e motivação, em vigor, estejam alinhados aos respectivos planos estratégicos.

Integram o Comitê de Remuneração três membros do Conselho de Administração, sendo dois deles independentes. São eles: Lucio de Castro Andrade Filho, Nildemar Secches e Renato Ochman.

DIRETORIA EXECUTIVA

O Diretor-Superintendente da Ultragaz, Pedro Jorge Filho, compõe também a Diretoria Executiva da Ultrapar, que, desde 15 de maio de 2013, tem como Diretor-Presidente o senhor Thilo Mannhardt. A Diretoria, eleita em reunião do Conselho de Administração para um mandato de dois anos — até 2015 —, é constituída, também, pelo Diretor Financeiro e de Relações com Investidores, André Covre, e pelos diretores-superintendentes das demais empresas que integram o Grupo Ultrapar: Leocadio de Almeida Antunes Filho, da Ipiranga; João Benjamin Parolin, da Oxitenio; e Ricardo Isaac Catran, da Ultracargo.

Cabe à Diretoria Executiva a prática dos atos necessários ao funcionamento regular da companhia e à gestão dos negócios sociais, observadas as atribuições e diretrizes fixadas pelo Conselho de Administração.

CÓDIGO DE ÉTICA

Desde a sua publicação, em 2004, o Código de Ética vem norteando e balizando os comportamentos e as ações dos profissionais da Ultrapar Participações S.A. e de suas empresas subsidiárias — entre as quais a Ultragaz —, quanto ao relacionamento com os públicos internos e externos à companhia, independentemente do país ou da região de atuação.

O Código versa sobre princípios éticos; práticas do trabalho; observância da legislação; obediência aos Princípios de Defesa da Concorrência; garantia da qualidade e do bom uso da informação; uso e divulgação da informação que não seja pública; conflitos de interesse; aderência ao próprio Código, com instruções sobre como agir para notificar eventuais condutas antiéticas; e explicações sobre penalidades.



DESAFIOS 2013

“O desafio é trazer os nossos revendedores para participarem das políticas de sustentabilidade da Ultragas, como, por exemplo, projetos educativos, coleta seletiva e pega-pilhas. Outra questão importante é fazer com que tenham comportamento sustentável, buscando eficiência de recursos, economizando e, conseqüentemente, gerando lucros.”

*Lucio de Castro Andrade
Vice-Presidente do Conselho de
Administração*

Canais de Comunicação

Comitê de Ética

www.canalabertoultra.com.br

Telefone 0800 701 71 72

(ligação gratuita)

Ouvidoria Ultragas

(11) 3177.6481 (segunda a sexta, das
9h às 18h)



O Código já passou por três atualizações, sendo a última em 2009, quando foram incluídos exemplos de comportamentos aceitáveis e inaceitáveis — com esclarecimentos para minimizar interpretações errôneas sobre eles. Na ocasião, foi incorporado, também, o site Canal Aberto Ultra, para denúncia de comportamentos em desacordo com o Código (*conheça os canais no trecho Comitê de Ética, a seguir*).

Os principais objetivos do Código são: reduzir a subjetividade das interpretações pessoais; formalizar e institucionalizar uma referência de conduta profissional, minimizando riscos de conflitos de interesses;

OUVIDORIA ULTRAGAZ			
DADOS FORNECIDOS	2010	2011	2012
Número total de contatos recebidos	4.193	4.081	4.189
Número de reclamações recebidas	1.235	1.208	1.388

e assegurar que o comportamento ético e as boas práticas de sustentabilidade empresarial sejam considerados nas decisões para atender à pressão por maiores lucratividade, eficiência e competitividade.

O Código de Ética está disponível para todos os funcionários, por meio da Intranet. No ato da

contratação, o novo colaborador recebe uma versão impressa do Código. O documento também está disponibilizado no site www.ultra.com.br, clicando em “Investidores”, depois em “Governança”, em seguida em “Políticas e Código de Ética”, e, por fim, em “Código de Ética”.



COMITÊ DE ÉTICA E OUVIDORIA ULTRAGAZ

Composto por quatro membros indicados pelo Conselho de Administração, o Comitê de Ética Ultragar foi criado, em 2004, com o objetivo de receber, endereçar e arbitrar sobre questões envolvendo suspeitas ou denúncias de violação do Código de Ética. Entre seus membros, três são fixos e um quarto membro, rotativo, que deve ser o principal executivo do negócio que está sob suspeita de irregularidades. Cabe ao Comitê esclarecer dúvidas dos funcionários sobre a conduta mais adequada a ser adotada diante de situações previstas no Código de Ética.

Os profissionais têm a responsabilidade de notificar imediatamente ao Comitê de Ética quaisquer situações potencialmente contrárias aos princípios éticos. Em contrapartida, o Comitê assegura ao funcionário o anonimato e o sigilo quanto à fonte da informação.

As notificações ao Comitê, bem como o acompanhamento sobre o andamento dos processos, poderão ser feitas por meio do site www.canalabertoultra.com.br ou pelo telefone, em ligação gratuita por meio do telefone 0800 701 7172.

Com atuação alinhada ao Comitê, existe a Ouvidoria Ultragar, que dispõe de uma estrutura para receber e encaminhar, às respectivas áreas responsáveis, demandas de diversos públicos de relacionamento da companhia, sejam funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, moradores do entorno das unidades da Ultragar, entre outros. O canal de comunicação da Ouvidoria Ultragar é por meio do telefone (11) 3177.6481, em horário comercial.

Em 2012, aumentaram tanto o número de reclamações quanto o de contatos recebidos pela Ouvidoria Ultragar. Isso foi considerado normal e ocorreu devido ao crescimento vegetativo inerente ao crescimento do negócio. Do total de registros, cerca de 70% foram endereçados aos respectivos departamentos e os outros 30%, resolvidos ou respondidos na própria Ouvidoria. O percentual de reclamações por contato recebido é de 33,13%, e a maioria — cerca de 65% — refere-se a casos comuns que poderiam ser resolvidos pelo contato direto com o Call Center. Os 35% restantes são caso nos quais, de fato, se fez necessária a intervenção da Ouvidoria.



DESAFIOS 2013

“Dar continuidade e aperfeiçoamento a todos os projetos lançados. Por meio da inovação, devemos substituir fontes, reduzir, reutilizar, reciclar e descartar corretamente. Estamos aprimorando novos processos. Também é nossa meta a renovação tecnológica em mais três bases de produção (Araucária, Betim e Capuava), equipando-as com carrosséis eletrônicos e mais automação nos processos. Os consumidores exigem políticas de sustentabilidade. Por isso, estamos iniciando processos de certificação ambiental e de saúde e segurança do trabalho nas bases de produção. O cliente empresarial exige isso.”

*Plínio Laerte Braz
Diretor de Operações*

Tendo em conta que a companhia fornece cerca de 8 milhões de botijões por mês e tem em sua carteira mais de 40 mil clientes empresariais, o número de reclamações é muito baixo. A empresa também não está listada no Procon em decorrência de problemas com o consumidor.





Visão de sustentabilidade amplia horizonte de ações

Conforme a Ultragaz avança na incorporação da sustentabilidade no dia a dia dos seus negócios, maior é a clareza sobre o quanto esse conceito é amplo e está conectado com os valores e os princípios que regem as operações e a gestão empresarial da companhia desde o início de sua atuação.

Antes mesmo de *sustentabilidade* tornar-se uma expressão usual no Brasil e no mundo, a Ultragaz já havia incorporado em suas estratégias operacionais ações abarcadas pelo guarda-chuva dessa palavra: cuidados com o bem-estar e com a segurança de funcionários, comunidades e clientes; respeito às jornadas de trabalho; treinamento e capacitação voltados à prevenção de acidentes; manutenção da frota de veículos. Tudo isso, hoje, está contido na chamada sustentabilidade, que

nada mais é do que o estabelecimento de relações equilibradas e respeitadas entre os aspectos econômicos, sociais e ambientais. Trata-se de fazer o negócio prosperar, ao mesmo tempo em que se cuida das pessoas e do planeta.

Para tornar as ações mais palpáveis e possíveis de serem continuamente monitoradas e melhoradas, estabeleceu-se, no âmbito da Ultragaz, uma série de políticas, projetos e iniciativas internas e externas nos últimos anos. Esse processo tem sido marcado por avanços e também aprendizados.

Após um período no qual as ações sociais tinham um caráter mais filantrópico, a Ultragaz passou a estruturar uma política integrada de ações voltadas à responsabilidade social corporativa. Projetos sociais, culturais e os investimentos

em educação foram conduzidos, inicialmente, pela área de Responsabilidade Social, que fazia parte do sistema integrado de Recursos Humanos, entre novembro de 2007 e abril de 2010.

Em 2008, criou-se a **Política de Investimento Social**, e foi estabelecida a **Missão de Sustentabilidade Ultragaz**: *"Contribuir com o desenvolvimento socioeconômico das comunidades, investindo em projetos educativos, culturais e de preservação ambiental, com foco em sustentabilidade do negócio."*

No ano seguinte, foi instituída a **Política de Sustentabilidade Ultragaz**, que visa integrar e orientar todas as ações da empresa para criar valor para acionistas, funcionários, contratados, fornecedores, revendas, clientes e para toda a sociedade. No contexto da Política, foram inseridos





DESAFIOS 2013

“O grande desafio é continuar trabalhando a rede de revendedores. Eles vêm sendo incentivados a implementar ações e projetos sustentáveis, mas ainda não são premiados no Programa de Qualificação da Revenda. Em 2012, finalizamos o programa Somar, para disseminar o conceito da sustentabilidade nas revendas. Porém, em 2013, nosso desafio é implementá-lo. Também devemos estreitar a comunicação com os fornecedores e estar mais próximos dos clientes empresariais, diferenciando nosso relacionamento com base na sustentabilidade.”

Daniela Gentil
Gerente de Sustentabilidade



Política de Sustentabilidade

Criar valor para **acionistas, funcionários, contratados, revendas, fornecedores, clientes e sociedade**, integrando e orientando as iniciativas de Qualidade, Segurança, Saúde, Meio Ambiente e Responsabilidade Social e demais ações da empresa com foco na sustentabilidade do negócio, pautando suas ações nos seguintes princípios:

- :: Atendimento de requisitos legais, instrumentos internacionais, normativos e outros definidos como aplicáveis e estímulo do seu cumprimento na cadeia de valor.
- :: Atendimento de princípios e direitos fundamentais nas relações de trabalho, de forma a promover um ambiente saudável e estimulante, inclusive com estímulo à cadeia de valores e com especial destaque para:
 - a prevenção de acidentes de trabalho, lesões e doenças;
 - a equidade na remuneração;
 - o combate a discriminação, práticas indisciplinadas, assédio moral e sexual, trabalho infantil e trabalho forçado ou compulsório;
 - a valorização da diversidade;
 - respeito às jornadas de trabalho; e
 - a livre associação sindical e o direito à negociação coletiva.
- :: Prevenção e minimização dos impactos ambientais advindos da atividade da empresa e uso planejado de recursos naturais, incluindo estímulo à sua cadeia de valor.
- :: Aperfeiçoamento contínuo de processos, serviços e produtos pelos fundamentos da sustentabilidade.
- :: Relação com públicos de interesse orientada por honestidade, respeito, integridade, lealdade, eficiência, transparência e imparcialidade.
- :: Busca da excelência por meio da melhoria contínua do sistema de gestão e de seu desempenho.
- :: Proposição de boas práticas de gestão de emissão de gás de efeito estufa.



temas como equidade de gêneros, combate à discriminação, segurança, minimização de impactos ambientais, entre outros (*a íntegra da Política de Sustentabilidade Ultragaz está disponível no site www.ultragaz.com.br*).

A gestão e a implementação da Política ficaram sob responsabilidade do Comitê da Excelência de Gestão (Comissão de Sustentabilidade Ultragaz), e a sua operacionalização, nas ações internas, foi realizada com base em quatro pilares: Meio Ambiente, Comunidade, Bem-Estar e Gestão Responsável.

Adotou-se, então, o novo posicionamento da companhia: “*Ultragaz faz sustentável. E quer fazer sempre mais*”, materializado em um “selo”, estampado em todas as ações sustentáveis da empresa. A sustentabilidade foi incorporada, também, como um dos Princípios Operacionais da organização.

Em 2010, criou-se a **Gerência de Sustentabilidade**, que se reporta à Diretoria de Operações, e tem atuado como um agente catalisador das ações sustentáveis dentro e fora da Ultragaz.

A sustentabilidade está cada vez mais conectada à governança da Ultragaz. O desempenho

da empresa nessa direção contribuiu para que o Grupo Ultra permanecesse na lista do ISE — Índice de Sustentabilidade Empresarial, da BM&FBOvespa —, e para que a Ultragaz atendesse a todos os critérios técnicos do BNDES, com quem firmou parceria para o desenvolvimento de projetos sociais (*mais informações em Desempenho Social*). Outro avanço envolveu a implantação do Termo de Compromisso em Sustentabilidade para Fornecedores Críticos (*saiba mais no capítulo Pacto Global*).

TEMPO DE COMUNICAR

Se, no começo, a Política de Sustentabilidade Ultragaz parecia mais uma regra a ser seguida, hoje ela é compreendida, incorporada e bem aceita pela maior parte dos funcionários da Ultragaz. Isso é fruto de um amplo trabalho de conscientização, comunicação e disseminação de conceitos e práticas, que vêm sendo feitos de forma sistemática, desde 2009.

A Ultragaz está investindo na ampliação do diálogo e dos canais de comunicação com públicos estratégicos de relacionamento, como os revendedores e os fornecedores. Nesse sentido, criou, em 2012, o **Portal Revenda**, um canal direto de comunicação com os revendedores. O projeto, encabeçado pela área de Gestão de Revendas, facilitou a comunicação e aproximou os revendedores de tudo o que acontece na Ultragaz, inclusive das ações de sustentabilidade, cujas informações estão disponibilizadas no Portal.

Já com relação aos fornecedores, a Ultragaz realizou, em 2012, o I Encontro de Fornecedores Críticos (*saiba mais no capítulo Pacto Global*). Na ocasião, divulgou-se o e-mail sustentabilidade@ultragaz.com.br, para que os fornecedores possam tirar dúvidas e fazer sugestões.



Mercado a granel em alta

Segmento cresceu quase 16% no Brasil e foi o principal responsável pela expansão dos negócios da Ultragaz em 2012

O volume de Gás LP vendido no Brasil bateu recorde histórico em 2012, ao totalizar 7,13 milhões de toneladas, segundo dados da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP). Os números mostram que o consumo de Gás LP cresceu 7,6% nos últimos seis anos, com destaque para o segmento a granel, que registrou alta de 15,8% no volume de vendas. Os botijões envasados de 13 kg e embalagens menores apresentaram um aumento de 4,6%, acompanhando apenas o crescimento vegetativo da população.

Na Ultragaz, os resultados seguem a mesma tendência do cenário brasileiro. A empresa apresentou maior volume de vendas, em 2012, e encerrou o período com um crescimento de 2% em relação ao ano anterior, totalizando 1,681 milhão de toneladas de Gás LP no período, ante 1,652 milhão, em 2011. Esse desempenho se deve, principalmente, aos negócios realizados no segmento a granel, que cresceram 6%, impulsionados pelos bons resultados do **UltraSystem** — sistema de abastecimento de Gás LP desenvolvido especialmente para atender condomínios residenciais e clientes comerciais e industriais.

Os investimentos com foco na expansão da base de clientes e nos programas de eficiência operacional também contribuíram para o aumento no volume de vendas em 2012. Com a aquisição da Repsol, em 2011, houve incremento da base de clientes de pequeno porte. A Ultragaz segue em sua estratégia comercial de pulverização de clientes e, em 2012, registrou crescimento nas regiões Norte/Nordeste e Centro-Oeste. Essa interiorização é consequência de uma combinação entre expansão econômica e penetração do gás natural no mercado empresarial brasileiro.

A receita líquida também cresceu nos dois segmentos (granel e envasado), totalizando R\$3,847 bilhões, um aumento de 2% em relação a 2011, que registrou R\$3,776 bilhões. O EBITDA* recuou para R\$243 milhões, 13% abaixo de 2011 — a despeito do crescimento registrado no quarto trimestre de 2012 —, em função do aumento nos custos e nas despesas ocasionados pela inflação; à integração da Repsol e contingências no último trimestre de 2011; e ainda às greves no segmento de Gás LP, em especial no estado de São Paulo.

Em 2012, os investimentos do Grupo na Ultragaz somaram R\$157 milhões, destinados, principalmente, aos novos clientes do segmento a granel, à reposição de vasilhames e à manutenção das bases de engarrafamento. Para 2013, a estratégia é manter o mesmo foco, inclusive em volume de recursos, visando alcançar ganhos de escala e de produtividade. Nesse sentido, o objetivo é modernizar as bases de engarrafamento no Sudeste e ampliar as do Nordeste. Com esses investimentos, a expectativa é que o volume de vendas no

* EBITDA: lucro antes de juros, impostos, depreciações e amortizações.





DESAFIOS 2013

“Precisamos evoluir na extensão da Política de Sustentabilidade para nossos clientes. Mais do que isso: para o cliente do nosso cliente. Nossas crenças e práticas agregarão valor aos produtos e serviços dessas pequenas e grandes empresas, sejam elas restaurantes, revendas de gás, hotéis, condomínios ou indústrias. A Ultragaz será, cada vez mais, o principal agente impulsionador da sustentabilidade em toda a cadeia de valor do seu negócio.”

João Vitor Trevisan
Gerente Comercial Empresarial



Curiosidade

Nas regiões remotas, o Gás LP também pode ser usado como fonte de energia para eletrodomésticos e servir, ainda, de *backup* para placas solares, no caso de aumento de demanda ou de condições climáticas desfavoráveis.

(Fonte: Sindigás)

segmento de Gás LP a granel continue subindo, impulsionado, também, pelo crescimento da economia brasileira.

GESTÃO DE RISCOS

Líder na distribuição de Gás LP no Brasil, a Ultragaz responde pela segunda maior receita líquida da Ultrapar Participações S.A. Tal dado confirma a relevância do segmento de Gás LP para o Grupo e reforça a necessidade de uma gestão de riscos eficiente, que garanta a perenidade dos negócios e o bom desempenho da empresa nos aspectos econômicos e socioambientais.

Para minimizar riscos empresariais, a Ultrapar criou, há 15 anos, o Comitê de Riscos e Aplicações Financeiras e, desde 2009, instituiu e vem aprimorando um modelo inovador de controles internos,

que foi reconhecido pelo Prêmio IBGC de Governança Corporativa, na categoria Inovação, em 2009 (leia mais no capítulo Governança e Transparência).

Com relação aos riscos operacionais e de segurança, a Ultragaz aplica o protocolo SST (Saúde e Segurança no Trabalho), baseado nas melhores práticas em segurança e saúde ocupacional para a minimização de riscos das suas atividades. Desde 2009, desenvolve também o programa **Escalada de Segurança Ultragaz**, criado para reduzir a ocorrência de acidentes nos processos de distribuição e envase. O programa contribuiu, em 2012, para a redução em mais de 10% no índice de frequência com afastamento, em comparação a 2011. A empresa também promove simulados de prevenção de acidentes e campanhas educativas para orientar os consumidores a respeito

do correto manuseio dos botijões e de seus acessórios (veja mais em *Desempenho Social*).

Outro aspecto relevante para a gestão de riscos na Ultragaz está relacionado às emissões de CO₂, uma vez que o Gás LP utiliza o petróleo como matriz energética nas fases de produção, distribuição e constituição do produto. Internamente, diversas ações são realizadas para mitigar os impactos decorrentes das operações (veja mais em *Desempenho Ambiental*).

A companhia também se apoia nas discussões que ocorrem no âmbito do **World Liquefied Petroleum Gas Association (WLP GAS)** e da **Associação Ibero-Americana de Gás Liquefeito de Petróleo (AIGLP)**, participando de forma ativa de grupos de trabalho que visam antecipar cenários e buscar alternativas aplicáveis ao negócio, com

**ULTRAGAZ - DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO**

IFRS – em reais mil

	2010	2011	2012
RECEITA LÍQUIDA	3.661.261	3.766.766	3.847.087
Envasado	2.278.337	2.326.233	2.336.740
Granel	1.363.683	1.421.515	1.490.452
Utingás	19.241	19.018	19.895
CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS	(3.075.659)	(3.213.539)	(3.313.293)
LUCRO BRUTO	585.602	553.227	533.794
DESPEAS OPERACIONAIS	(375.363)	(387.714)	(409.604)
Vendas e comerciais	(250.135)	(271.625)	(291.040)
Gerais e administrativas	(125.228)	(116.089)	(118.564)
OUTROS RESULTADOS OPERACIONAIS, LÍQUIDOS	(21.637)	(1.101)	(328)
LUCRO OPERACIONAL¹	188.602	164.412	114.282
EBITDA²	307.421	281.874	243.237
Total de depreciação e amortização	118.819	117.462	131.441
VOLUME (000 tons)	1.608	1.652	1.681
Envasado	1.115	1.134	1.133
Granel	493	518	548
PREÇO (R\$/ton)²	2.265	2.268	2.277
Envasado	2.043	2.051	2.062
Granel	2.764	2.744	2.721
LUCRO BRUTO/ton	364	335	318
LUCRO OPERACIONAL¹/ton	117	100	68
EBITDA/ton	191	171	146
MARGEM BRUTA %	16,0%	14,7%	13,9%
MARGEM EBITDA %	8,4%	7,5%	6,4%

¹ Antes do resultado na alienação de bens.

² Antes do resultado na alienação de bens. Exceto quando indicado de maneira diferente, os números referentes ao Ebitda — a partir de 2010 —, ao longo do relatório, consideram resultado na venda de bens e equivalência patrimonial (Conforme Instrução CVM no 527).



DESAFIOS 2013

“Um grande desafio é levar a cabo os cinco projetos que estão sendo desenvolvidos com a FINEP — a Agência Brasileira de Inovação —, todos eles com benefícios ao meio ambiente, redução de consumo específico de combustível e economia para o cliente, por meio do aumento da eficiência e da redução de emissões de produtos da combustão e seus gases de efeito estufa. Quando esses processos substituírem os óleos combustíveis, teremos também outros tipos de benefício ao ambiente, como redução da emissão de enxofre, fuligem e metais pesados.”

Fernando Corner
Consultor

foco na redução das emissões de gases de efeito estufa (GEEs).



NOVAS APLICAÇÕES MARCAM A PESQUISA E O DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO DA EMPRESA

A Ultragaz investe no desenvolvimento de novas tecnologias e usos para o Gás LP e está preparada para as oportunidades relativas ao aumento da produção decorrentes da camada do pré-sal e da ampliação do refino do petróleo no país, após a entrada em operação da Refinaria do Nordeste (Abreu de Lima), bem como das novas Unidades de Processamento de Gás Natural (UPGNs). A estimativa é que a disponibilidade interna de Gás LP no Brasil apresente superávit a partir de 2018 — dispensando a necessidade de importações e possibilitando a liberação de usos até então proibidos.

Um importante desafio do setor é que as novas tecnologias permitam aumentar a eficiência e a produtividade do Gás LP e, ao mesmo tempo, reduzir as emissões de CO₂ e diminuir os custos dos processos industriais e comerciais. Nesse contexto, destacam-se a aplicação do gás em diversos

usos industriais, substituindo óleos combustíveis e energia elétrica, bem como sua associação com outras matrizes energéticas, como a energia solar. Portanto, a utilização do Gás LP vai muito além da tradicional cocção de alimentos e do aquecimento de água.

Preparando-se cada vez mais para atender às novas demandas, a Ultragaz investiu, em 2012, na aquisição de um carrossel para envase industrial, cujos bicos de enchimento reduzem significativamente o escape de Gás LP. Além disso, essa inovação tecnológica trabalha com 12 balanças eletrônicas de precisão, capazes de realizar a checagem de peso e de vazamento em 100% da produção.

Outras oportunidades encontram-se no uso do Gás LP no agronegócio e em áreas remotas do Brasil, onde há demanda por fontes de energia térmica, mas o combustível ainda é pouco utilizado. O Gás LP pode contribuir para reduzir o consumo de lenha em equipamentos para secagem de grãos e sementes, por exemplo. A Ultragaz, que foi pioneira no uso de queimadores específicos para a agricultura orgânica, segue no desenvolvimento de projetos que visam reduzir ou eliminar o uso

de agrotóxicos e defensivos agrícolas no campo, a partir da utilização do Gás LP no combate a pragas e ervas daninhas. Além de reduzir a ocorrência de acidentes de trabalho, o processo com Gás LP reduz a contaminação do meio ambiente e diminui riscos de intoxicação dos operadores, contribuindo para o incremento da agricultura orgânica.

Para o futuro, a Ultragaz espera, até 2015, abrir mais seis frentes de trabalho dentro do projeto *Novos Usos do Gás LP*, que desenvolve desde 2006. Outras potenciais aplicações do Gás LP envolvem, ainda, aproveitamento para aquecer e higienizar ambientes na avicultura e na suinocultura; controlar a temperatura de estufas de plantas, flores e frutas; esterilizar áreas de armazenagem de colheitas; entre outras aplicações.

Ao longo de 2012, pesquisas conduzidas pela Ultragaz possibilitaram o desenvolvimento de tecnologias de uso do Gás LP em áreas como usinas de asfalto, equipamentos para aquecimento de água de alta eficiência, sistemas de *backup* para gás natural e equipamentos para fornecimento Spot (disponibilidade móvel, temporária e confiável para comissionamento de grandes sistemas).





Curiosidade

Você sabia que o Gás LP não tem cheiro? Na realidade, o famoso “cheiro de gás” que se costuma sentir quando há vazamento nos botijões é — acredite! — acrescentado propositalmente como medida de segurança e alerta para o usuário. Embora seja mais conhecido como “gás de cozinha”, o Gás LP ou GLP (Gás Liquefeito de Petróleo) é uma mistura de hidrocarbonetos líquidos, produzida nas refinarias a partir do petróleo cru. Ainda no estado líquido, o Gás LP é mais leve do que a água e pode ser facilmente armazenado a uma pressão moderada. Porém, ao ser usado nas empresas e residências, em estado gasoso, ele fica mais pesado que o ar, o que faz com que se concentre próximo ao solo em caso de vazamento. Por ser invisível e inodoro (não ter cheiro), a solução encontrada foi adicionar um odorizante não tóxico, para garantir que o consumidor possa identificar o problema e entrar em contato com a distribuidora para resolvê-lo, evitando os acidentes.

(Fonte: Sindigás)



DESEMPENHO SOCIAL

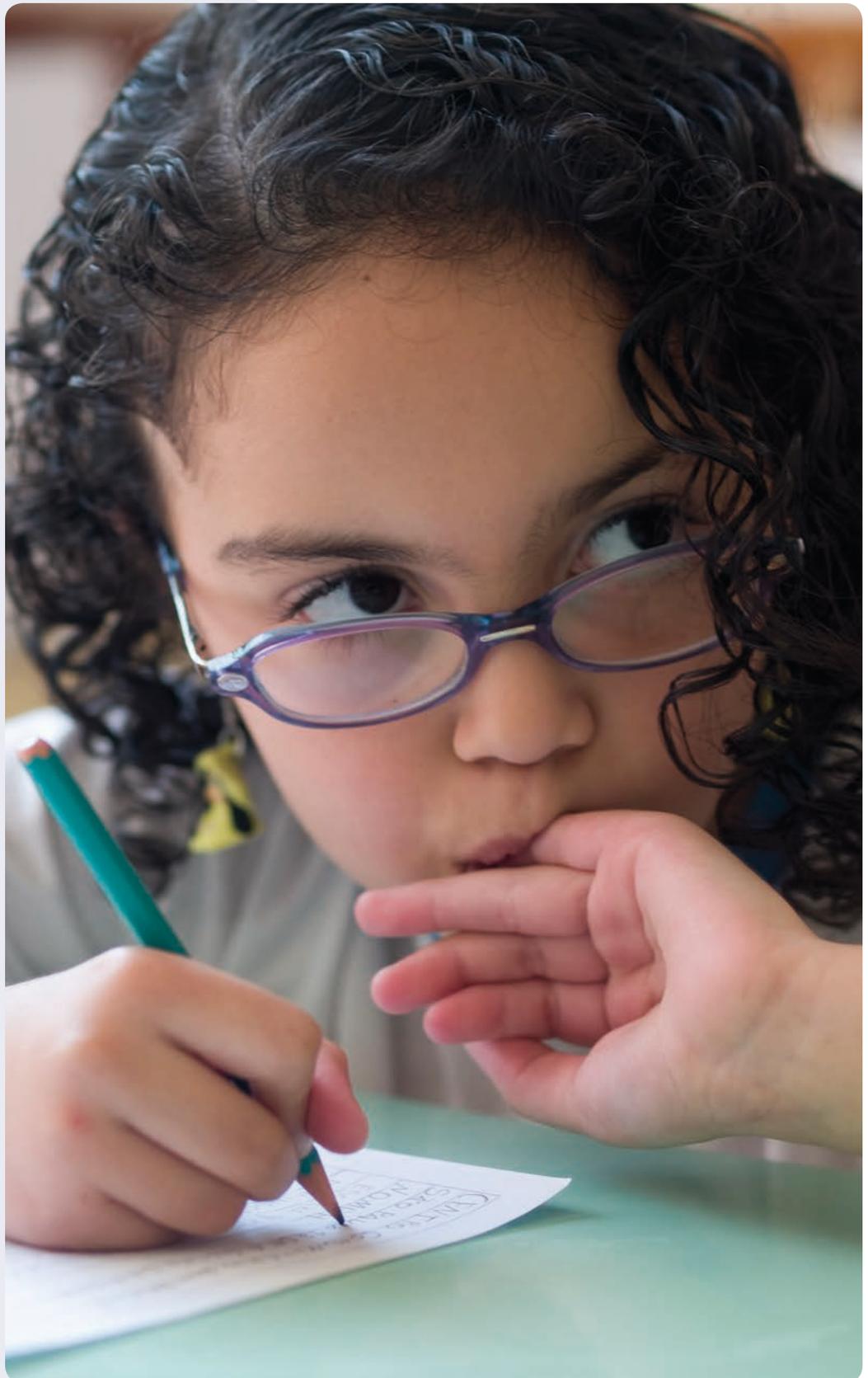
GRI LA1 a LA4 (LA3 parcial), LA6 a LA8, LA 10, LA14; S01; PR2 (parcial), PR5, PR9

Pacto Global



Investimento em pessoas

Ações da Ultragaz para seus diversos públicos de relacionamento buscam o desenvolvimento profissional dos colaboradores, a satisfação dos clientes e a geração de impacto social positivo nas comunidades



A marca da Ultragaz está presente em quase 11 milhões de lares brasileiros. Ao mesmo tempo em que isso representa uma grande responsabilidade — principalmente com a segurança de funcionários, revendedores e clientes —, também se configura numa enorme oportunidade de influenciar positivamente as comunidades e os públicos com os quais a companhia se relaciona.

Junto ao público interno, essa influência ocorre no dia a dia e é balizada por relações de trabalho pautadas pelo respeito e entendimento mútuo de direitos e deveres. As equipes da Ultragaz estão distribuídas por todo o território nacional, nas diversas lojas próprias, escritórios, bases de produção e demais unidades operacionais da empresa.

No final de 2012, a Ultragaz tinha cerca de 4.000 colaboradores em sua folha de pagamento (incluindo estagiários e aprendizes), um número considerado estável na comparação com o exercício de 2011, que findou com 4.122 profissionais registrados. A maior parte do quadro está concentrada na região Sudeste (65%), onde também se localiza a sede administrativa da companhia.

A taxa de rotatividade no período foi de 16,3%, influenciada pelas mudanças no quadro de colaboradores da região Centro-Oeste, onde o índice foi de 25,4%. O indicador também aumentou nas regiões Nordeste e Sudeste, para 15,1% e 16,1%, respectivamente.

POLÍTICAS DE BENEFÍCIOS

Com um mercado cada vez mais aquecido e competitivo, a Ultragaz tem investido em benefícios que estimulem a construção de carreiras sólidas dentro da companhia. Para atrair e reter os melhores profissionais do mercado, a empresa adota uma série de políticas institucionais de benefícios que contemplam auxílios diversos, licenças e subsídios de alimentação e transporte.

Existem políticas institucionais de Previdência Privada, de Cesta Básica e Cesta de Natal; de Auxílio Alimentação; e de Seguro de Vida — todas em vigor desde 2005 —, além da política de distribuição de lucros e participação dos resultados, implantada em 2006. Os percentuais de participação são atrelados ao cumprimento de metas previamente definidas e alinhadas ao planejamento da empresa. Todos os funcionários têm acesso ao conteúdo das políticas por meio da *intranet* da Ultragaz.

A empresa oferece, ainda, um plano de saúde com ampla cobertura médica e hospitalar, além de acesso a uma rede abrangente para realizar exames diagnósticos e procedimentos de qualidade. Há, também, um canal 0800 exclusivo, para que os serviços credenciados prestem atendimento personalizado aos funcionários, e uma equipe de assistentes sociais disponíveis para dar suporte ao quadro funcional.

PESQUISA DE CLIMA ULTRAGAZ

A cada dois anos, a Ultragaz realiza a sua pesquisa de clima organizacional. A versão mais recente, aplicada em abril de 2012, teve o apoio da consultoria Hay Group e contou com uma adesão de 92% dos funcionários. Entre os aspectos positivos, chamou atenção a percepção dos colaboradores sobre a alta qualidade dos produtos e dos serviços ao cliente, bem como o reconhecimento sobre os benefícios oferecidos e o foco da companhia nas ações de sustentabilidade.

Os pontos de melhoria sinalizados pelos participantes da pesquisa foram considerados para a elaboração de planos de ação desenvolvidos por todas as áreas. Foram avaliados, ainda, os resultados de ações decorrentes da pesquisa de clima anterior, realizada em 2010. As respostas foram consideradas favoráveis pela área de Recursos Humanos.

DIVERSIDADE, IGUALDADE E INCLUSÃO

A diversidade e a inclusão são temas sensíveis para a gestão de Recursos Humanos na Ultragaz, e seu foco de ações busca promover um ambiente aberto à multiplicidade, de forma a reproduzir, também no ambiente interno, a complexidade verificada na sociedade brasileira. Essa orientação torna-se ainda mais premente no caso da contratação de Pessoas com Deficiência (PCD) e na equiparação entre as condições de trabalho de homens e mulheres.

Embora ainda não exista uma política institucional de inclusão, a companhia desenvolve, desde 2007, o Programa Diversidade Ultragaz, que trabalha com a inserção de profissionais com deficiência na empresa, a fim de garantir a contratação de pessoas que muitas vezes estão distantes dos processos seletivos das grandes corporações. Essa iniciativa foi aprimorada, em 2010, com o desenvolvimento de uma parceria com a Serasa, estabelecida com o objetivo de oferecer uma qualificação



DESAFIOS 2013

“Desde que a Política de Sustentabilidade surgiu, foi divulgada e disseminada na companhia e para todos os públicos, houve uma mudança de comportamento nas pessoas. O desafio para 2013 é continuar essa mudança. E a liderança tem papel fundamental, contribuindo para que isso aconteça. Devemos disseminar nossas práticas entre os *stakeholders*. Na área de RH, continuar com os projetos desenvolvidos na comunidade, aumentar o número de voluntários e realizar todos os programas da Junior Achievement.”

Leide Oliveira
Assistente de Recursos Humanos

LA1 – TOTAL DE TRABALHADORES Por região*

REGIÃO	2010	2011	2012
Centro-Oeste	117	134	136
Nordeste	826	798	765
Norte	5	7	10
Sudeste	2.673	2.708	2.558
Sul	472	475	465
Total geral	4.093	4.122	3.934

*Não inclui aprendizes nem estagiários.

LA2 – TAXA DE ROTATIVIDADE*

REGIÃO	2010	2011	2012
Centro-Oeste	21%	24%	25%
Nordeste	15%	13%	15%
Norte	—	—	10%
Sudeste	14%	16%	16%
Sul	17%	19%	17%
Total	15%	16%	16%

*Não inclui aprendizes nem estagiários.

LA14 – PROPORÇÃO DE SALÁRIO BASE ENTRE HOMENS E MULHERES* Por categoria funcional

CATEGORIA	2010	2011	2012
Técnico/ Administrativo	1,02	0,64	0,89
Liderança	0,87	0,95	0,74
Operacional	1,07	0,97	0,81

*Não inclui aprendizes nem estagiários. A proporção refere-se à média salarial homens/média salarial mulheres.



prévia das pessoas com deficiência e assegurar a elas uma atuação profissional em suas funções.

A área de Recursos Humanos passou por mudanças em 2011, e algumas ações que vinham sendo desenvolvidas, como o Programa de Inclusão de Pessoas com Deficiência e o Programa de Trainees, foram revistos, em 2012, para serem retomados em 2013. Nesse processo, a equipe de RH da Ultragaz participou, em 2012, de palestras, seminários e *workshops* relacionados aos temas da diversidade e da inclusão, visando buscar subsídios e qualificar o processo de renovação do Programa de Inclusão de Pessoas com Deficiência.

No mesmo sentido, a empresa também investiu em ações para promover a equidade de gêneros, buscando o equilíbrio salarial entre homens e mulheres que ocupam as mesmas funções. Essa questão é monitorada pela área de Recursos Humanos por meio de avaliações e pesquisas de evolução de salários, e representa um desafio importante para a Ultragaz. A tabela (pág. 27) mostra essa relação e traduz as variações relacionadas ao tema.

LA10 – MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO POR ANO Por funcionário*

	2010	2011	2012
Nível Liderança	18,7	15,8	9,6
Nível Técnico e Administrativo	12	11,7	5,2
Nível Operacional	4,5	5,5	2,7
Nível Estagiário/Aprendiz	0	13,4	16,8
Média anual horas/homem treinamento	8,5	9	4,2

ACADEMIA REVENDAS

	2010	2011	2012
Horas de treinamento Somar	8.752	4.856	3.832
Número de participações Somar (revendas)	746	417	726
Horas de treinamento – Programa de Formação em Gestão de Revendas	7.900	3.024	3.125
Número de participações – Programa de Formação em Gestão de Revendas	79	32	32

*A forma de cálculo do indicador foi revista, e os dados referentes aos anos 2010 e 2011 foram ajustados de acordo com a nova forma de mensuração, que divide a média de horas de treinamento por ano, por empregado, discriminada por categoria funcional.



DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

Investir no desenvolvimento profissional dos colaboradores é fundamental para qualquer empresa disseminar a sua cultura organizacional, motivar e engajar as pessoas em torno dos mesmos objetivos, garantir a competitividade e atingir as metas estabelecidas.

Na Ultragaz, esse compromisso se traduz em programas de capacitação e treinamento, coordenados internamente ou por meio de parcerias com instituições reconhecidas pelo mercado. Essas iniciativas são dirigidas às lideranças, ao corpo técnico e administrativo, aos profissionais da revenda — que são uma extensão da empresa no atendimento ao cliente — e abrangem também *trainees* e estagiários.

Desenvolvidos de acordo com as necessidades e competências de cada categoria funcional, os programas envolvem capacitações técnicas e comportamentais, treinamentos específicos para a formação profissional, bem como cursos de língua estrangeira e mestrado.

O planejamento e a coordenação desse trabalho são realizados pela **Academia Ultragaz**

— uma universidade corporativa —, e alguns programas ainda contam com parcerias de instituições como a Fundação Getulio Vargas (FGV), Fundação Instituto de Administração (FIA), Fundação Dom Cabral, Insead e Kellogg School of Management.

Uma das iniciativas coordenadas pela Academia Ultragaz é o **Programa de Fóruns**, que promove encontros entre executivos, gestores e funcionários da companhia para debater temas estratégicos para o negócio. Em 2012, foram realizados três fóruns.

Para os revendedores, a empresa oferece a **Academia Ultragaz-Revenda**, ação implementada em 2008 e voltada para a formação e preparação desses profissionais. As bases dessa capacitação são o **Programa Formação em Gestão de Revendas** e o **Somar** (Soluções de Marketing Aplicadas à Revenda), que, juntos, responderam pelo treinamento de 601 revendedores, em 2012. Ao longo do ano, a Ultragaz estruturou, também, o **Somar Sustentabilidade**, que será implantado ainda em 2013.

Considerando todas as ações no âmbito da **Academia Ultragaz**, foram promovidas 18 mil horas



DESAFIOS 2013

“O grande desafio da área de Marketing é desenvolver peças de comunicação e brindes mais sustentáveis considerando a restrição de custos. Por exemplo, anualmente, confeccionamos 10 milhões de ímãs, que são comprados e distribuídos ao consumidor tanto pela Ultragaz quanto pelos revendedores. A oportunidade está na intensificação da comunicação das ações de sustentabilidade bem como da importância do uso de produtos mais sustentáveis para o consumidor e a rede de revendas.”

*Roberta Guimarães Hernandez Brenner
Gerente de Marketing*

em programas de desenvolvimento profissional, totalizando um investimento de R\$1.410.373,87 e beneficiando mais de mil profissionais.

Como se pode notar, em 2012 houve uma queda significativa no número de horas de treinamento por funcionário, em grande medida decorrente da reestruturação no departamento de Recursos Humanos que vem ocorrendo desde 2011. No entanto, o treinamento para as





revendas foi mantido, inclusive com aumento no número de participações.

OPORTUNIDADE PARA JOVENS

Em 2012, foram 1.265 horas de capacitações promovidas pela Ultragaz para jovens participantes dos programas de Aprendizizes e de Estágio, visando ao desenvolvimento de suas habilidades no início das respectivas carreiras. Oferecer oportunidades de trabalho para profissionais que estão começando no mercado de trabalho representa uma tradição e também uma filosofia para a empresa.

A companhia desenvolve três iniciativas estruturadas voltadas para os jovens. São elas:

- ♦ **Programa de Estágio** – visa treinar jovens estudantes, que estejam cursando ainda o Ensino Superior, mas que apresentem potencial para

ocupar cargos executivos e de liderança no médio e longo prazo. Em 2012, 25 estudantes foram selecionados para o programa e 19 deles já foram efetivados.

- ♦ **Programa de Aprendizizes** – forma mão de obra qualificada para atuar nas áreas administrativas da empresa. Tem como foco principal oferecer alternativas de inserção profissional para jovens de comunidades em risco ou em vulnerabilidade social. Em 2012, 31 aprendizes prestaram serviços para a companhia.
- ♦ **Programa de Trainees** – possui o foco principal na capacitação de jovens líderes. É realizado a cada dois anos, devendo ocorrer em 2013.

CANAL DE DIÁLOGO

A Ultragaz mantém uma relação aberta de diálogo e de respeito com os sindicatos que representam

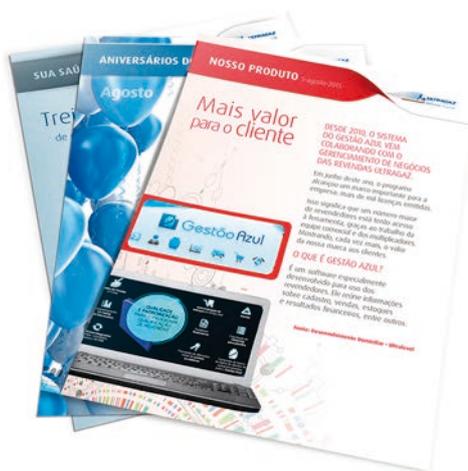
LA 4 – EMPREGADOS ABRANGIDOS POR ACORDOS DE NEGOCIAÇÃO COLETIVA
Em porcentagem

2010	2011	2012
100%	100%	100%

seus funcionários. Todos os 3.934 trabalhadores formais da companhia estão sob o regime de negociação coletiva.

Em 2012, algumas bases de produção da Ultragaz, assim como das demais companhias do segmento, foram afetadas por paralisações de trabalhadores no período de negociações sindicais. O fato ocasionou problemas no abastecimento de Gás LP de domicílios e indústrias. Com o objetivo de minimizar os efeitos para a população e as famílias dos trabalhadores, no Estado de





DESAFIOS 2013

“O desafio é aproximar o pilar econômico do ambiental e do social. Temos de encontrar soluções que tragam não só benefícios financeiros para a empresa, mas que sejam resultado de um pensamento coletivo, de um comportamento cotidiano que também faça bem para a sociedade e o meio ambiente. O projeto Ultragaz Cultural (carreta-cinema) é um bom exemplo disso; usar essa mesma lógica em ações menores e em parceria com as revendas é o nosso desafio.”

Fernando de Oliveira Silveira
Gerente de Mercado Domiciliar



São Paulo — onde a situação foi mais crítica por conta de impasses com os sindicatos da categoria —, a Ultragaz antecipou o reajuste já acordado nas demais regiões do país, nas quais a Convenção Coletiva 2012/2013 havia sido renovada com 6% de reajuste salarial.

TOP COMUNICAÇÃO INTERNA

A comunicação interna da companhia tem por missão promover o diálogo entre a empresa e os funcionários, contribuindo com o processo de disseminação da estratégia da organização e de valorização das equipes. A proximidade entre áreas e as pessoas é essencial para que as informações estratégicas do negócio e do interesse dos funcionários sejam conhecidas

por todos. Esse é o objetivo principal da Comunicação Interna, que traduz, em seu *mix* de canais e campanhas, os temas e as ações sobre o mercado, as pessoas, os processos e os resultados do negócio. As principais ferramentas utilizadas são as seguintes:

- ◆ **Revista Ultragaz:** publicação impressa trimestral que traz informações sobre a empresa, projetos, boas práticas e funcionários.
- ◆ **Mural de Notícias:** canal atualizado semanalmente, com informações sobre ações, campanhas e eventos da empresa.
- ◆ **Ultragaz Express:** publicação eletrônica para divulgar rapidamente comunicados importantes.
- ◆ **Intranet:** plataforma online que disponibiliza notícias e serviços.

- ◆ **Campanhas:** ações internas realizadas para divulgar temas estratégicos e promover a valorização dos funcionários.
- ◆ **Revista Ultragaz Revenda:** publicação impressa semestral voltada aos revendedores Ultragaz.

Para 2013, a companhia prevê também as seguintes iniciativas de comunicação interna:

- ◆ **Ultragaz Acontece:** informativo eletrônico mensal que divulga com mais agilidade informações sobre eventos e fatos relevantes para a empresa.
- ◆ **Ultragaz Gerencial:** veículo mensal eletrônico que aborda com mais profundidade temas de interesse dos gestores.



Cultura sobre rodas em todo o país



Aproveitando a capilaridade de sua atuação em todo o Brasil, com uma rede de cerca de 5 mil revendedores de Gás LP distribuídos em todas as regiões brasileiras, a Ultragaz desenvolve atividades socioeducativas, culturais, de conscientização ambiental e de prevenção à saúde para as comunidades do entorno de suas operações em diversas regiões do país.

Em 2012, os investimentos da empresa em projetos sociais totalizaram R\$ 3.994.067,00, o que representou um aumento de 42% em relação ao valor investido em 2011. Essas ações impactaram mais de 383,6 mil pessoas no período. Os investimentos são divididos em três categorias: os Projetos Exclusivos; as Parcerias; e os Projetos Patrocinados.

Todas as iniciativas estimulam o empreendedorismo e contribuem para a formação, o acesso à informação e o exercício da cidadania, abrangendo temas relevantes para as pessoas envolvidas. As ações representam o compromisso da empresa com a promoção de uma vida mais digna para as comunidades impactadas por suas operações, seja por meio de investimentos diretos ou indiretos.

Os projetos itinerantes, que serão detalhados a seguir, são apresentados em praças públicas ou em espaços concedidos pelos órgãos públicos locais, e estão classificados como **Exclusivos**. São eles: Ultragaz Cultural; Museu Itinerante Ultragaz; e Um Piano pela Estrada, todos viabilizados com recursos da Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet).

O projeto **Ultragaz Cultural**, que vem ocorrendo desde 2000, representa uma das principais ações dentro do escopo dos investimentos sociais da empresa e se propõe a valorizar e divulgar as expressões artísticas brasileiras. Ele foi concebido com o propósito de levar cinema, teatro, música e eventos educacionais, bem como atividades que despertam o interesse das crianças pela leitura, a comunidades de baixa renda em várias cidades do país.

A partir de 2008, o Ultragaz Cultural passou a oferecer sessões de cinema gratuitas para crianças e jovens, por meio de uma carreta itinerante que percorre várias regiões do Brasil. Até 2012, o projeto impactou mais de 99 mil pessoas e exibiu mais de mil sessões em 22 estados brasileiros. A iniciativa, que conta com o apoio do governo federal, é realizada por meio de parcerias com escolas,

ONGs, instituições públicas e órgãos dos governos municipais.

O **Museu Itinerante Ultragaz** tem o objetivo de aproximar as artes plásticas das escolas e instituições públicas do país. O projeto ocorreu no biênio 2011/2012 e, naquele período, passou por 23 cidades de 18 estados brasileiros, apresentando 40 reproduções de obras de grandes artistas nacionais e internacionais, além de duas obras de dois artistas locais.

Os trabalhos apresentados compuseram uma coletânea de pinturas e fotos de artistas brasileiros contemporâneos, que mostraram a visão de seus autores sobre a relação entre o ser humano e a natureza. Ao todo, foram impactadas mais de 27 mil crianças e adolescentes nos dois anos de atividades — aproximadamente 11 mil apenas em 2012, quando o projeto esteve em 12 cidades dos Estados do Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Bahia, Piauí, Rio Grande do Norte e no Distrito Federal.

Outro projeto itinerante, realizado em 2012 em parceria com o pianista Arthur Moreira Lima, foi **Um Piano pela Estrada – Brasil Sertões 2**, que rodou o país nos meses de março e abril, passando por 15 cidades de 11 estados diferentes. A ação proporcionou um contato com a música clássica, universal e brasileira a crianças assistidas por entidades filantrópicas e alunos de escolas públicas. Aberto também à participação das comunidades por onde passou, impactou diretamente um total de 16.900 pessoas.

Em 2013, a Ultragaz compensará as emissões de CO₂ de seus três projetos itinerantes, com o plantio de mais de 180 árvores, em parceria com o Instituto Iniciativa Verde. A própria iniciativa **Plantio para Compensação das Emissões de GEE** é um Projeto Exclusivo na classificação da Ultragaz, assim como o **Pega pilhas, baterias e celulares – Esta atitude pega!** (*saiba mais em Desempenho Ambiental*).



DESAFIOS 2013

“Em Brumadinho (MG), próximo a Betim, temos um grande projeto em parceria com o BNDES, que visa investir na melhoria da infraestrutura de uma cooperativa de materiais recicláveis e na capacitação de seus cooperados. Este, sem dúvida, será um trabalho extremamente importante para a região no que tange às questões sociais, ambientais e econômicas. Implantar e apoiar esse projeto é, com certeza, um dos nossos grandes desafios em sustentabilidade para 2013.”

Ricardo Marotta
Gerente de Mercado Domiciliar

PROJETOS EM PARCERIA

Em 2012, três projetos sociais da Ultragaz foram aprovados pelo BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) e estão sendo implantados a partir dessa parceria conjunta. São eles: Cooperativas de Materiais Recicláveis; Nossa Escola é 10; e Campanhas Educativas — todos com foco na estruturação e na melhoria de serviços socioambientais.

O projeto **Campanhas Educativas**, por exemplo, já vinha sendo desenvolvido pela Ultragaz, em parceria com o governo federal, desde 2008. O objetivo é contribuir para levar à população informações úteis sobre como prevenir doenças ou como evitar a violência infantil, por exemplo. O projeto prevê o treinamento de funcionários da companhia sobre temas específicos — a partir de materiais produzidos pelo governo federal — para que eles possam replicar o conhecimento junto aos revendedores, às equipes de vendas e aos consumidores do Gás LP. Com o apoio do BNDES, foram aprovadas três novas campanhas para 2013. O primeiro tema — a dengue — já foi definido. Os demais serão determinados conforme o cronograma estabelecido pelo Ministério da Saúde.

Já o projeto **Cooperativas de Materiais Recicláveis**, desenvolvido ao longo de 2012, visa melhorar as condições de operação de cooperativas de recicláveis instaladas em seis cidades brasileiras: Camaçari (BA), Rio de Janeiro (RJ), Brumadinho (MG), Ribeirão Pires (SP), Goiânia (GO) e Aracajú (SE). Além de reformas e obras para a ampliação da infraestrutura, realizadas a partir de 2013 com o apoio do BNDES, a iniciativa prevê a capacitação em gestão de pessoas envolvidas no projeto.

O projeto **Nossa Escola é 10**, por sua vez, tem o objetivo de melhorar a



qualidade do ensino de escolas públicas na região de Ipojuca (PE), por meio da criação, em conjunto com a Prefeitura e Secretaria de Educação, de uma Política de Educação Infantil, com capacitação de coordenadores pedagógicos e melhoria na infraestrutura de quatro escolas rurais do município. A iniciativa conta, ainda, com o apoio do governo municipal e do Ministério Público, além de parceiros de gestão social e educacional.

Na esfera de parcerias sociais com a iniciativa privada, em 2012, a Ultragas participou da estruturação de um projeto-piloto do Instituto Triângulo, apoiado também pela Bunge, para a reciclagem de óleo de cozinha usado (*leia mais no Capítulo Desempenho Ambiental*).

Os mercados regionais da Ultragas também desenvolvem projetos sociais que merecem destaque. O projeto **Aprender para Crescer**, criado em 2007, visa ao desenvolvimento de jovens talentos da comunidade de Caucaia, no Ceará,



bem como de colaboradores da Ultragas naquela região. O projeto, que em 2012 firmou parceria com o Lions Club de Caucaia, oferece cursos gratuitos de informática, cujo foco é a qualificação dos jovens para atender às especificidades do mercado de trabalho local. Em 2012, foram investidos

R\$5 mil na formação de 30 alunos, divididos em duas turmas. Outras cinco turmas foram formadas, desde o início do projeto, sendo uma de funcionários da Ultragas. Ao todo, 62 alunos foram beneficiados.

Já a base da Ultragas em Aracaju, no Sergipe, é parceira da **Casa da Doméstica**, desde 2010. A Casa oferece

cursos profissionalizantes, atendimento jurídico, creche e escola para filhos das 1.200 empregadas domésticas cadastradas na instituição, além de promover palestras educativas voltadas a adultos e jovens. Profissionais da Ultragas dão palestras mensais sobre segurança com gás de cozinha, e



OS INVESTIMENTOS SOCIAIS DA ULTRAGAZ EM 2012

PROJETO	INVESTIMENTO (R\$)	PESSOAS IMPACTADAS
Ultragas Cultural (Lei Rouanet)	1.100.000	19.401
Museu Itinerante Ultragas (Lei Rouanet)	600.000	10.963
Um Piano pela Estrada (Lei Rouanet)	700.000	16.900
Ação Comunitária (FUMCAD)	100.000	2.200
ASA – Associação Santo Agostinho	48.400	192
Jr Achievement	252.720	271.157
ONG Pedra Bruta	46.200	57.221
Instituto Avisa-lá	80.250	5.320
Reciarte / CARE	53.106	260
Outras Doações	1.013.391	—
Total	3.994.067	383.641

a companhia já contribuiu com a reforma dos brinquedos da creche, pintura do prédio e ações para apoiar o treinamento e capacitação das domésticas. Foram investidos, nos últimos dois anos, mais de R\$20 mil no projeto.

PROJETOS PATROCINADOS

Além de parcerias com governos e instituições privadas, a Ultragas também investe em projetos de ação social por meio do patrocínio de iniciativas específicas. Uma delas é o trabalho da **Jr. Achievement**, organização internacional com mais de 90 anos de atuação, presente em 120 países e em todos os estados brasileiros, além do Distrito Federal.

O objetivo da instituição é facilitar o acesso de jovens de baixa renda ao mercado de trabalho, por meio de programas práticos apresentados por

voluntários das empresas patrocinadoras. Em 2012, a Ultragas aportou R\$ 252,7 mil em recursos, contribuindo para beneficiar 271.157 jovens estudantes de escolas públicas em 12 estados (SP, RJ, MA, GO, MG, SC, CE, BA, PE, PR, SE e RS) e no Distrito Federal. Mais de 50 funcionários voluntários da companhia contribuíram com as atividades.

Outra ação patrocinada pela Ultragas é o **Pluga Cuca**, desenvolvido pela ONG Pedra Bruta. Trata-se de uma iniciativa de inclusão digital, cujo método de ensino facilita a aprendizagem utilizando a internet como ferramenta principal. Criado por educadores, o site conta com monitoria online e oferece aos usuários a oportunidade de ampliar seus conhecimentos, por meio da autoinstrução. O foco é apresentar aulas de reforço escolar que podem ser acessadas em casa, na escola, nas ONGs, centros comunitários, *lan-houses* ou quaisquer outros lugares que tenham um computador disponível. Em 2012, o **Pluga Cuca** recebeu um

investimento de R\$ 46,2 mil e contabilizou mais de 57 mil acessos.

Também atuando na área da educação, o **Instituto Avisa-lá** trabalha com a formação continuada de educadores e outros profissionais do ensino infantil. No período, a Ultragas investiu R\$ 80,2 mil no projeto, impactando mais de cinco mil pessoas, entre alunos e professores da rede pública de ensino de Mauá (SP).

A inclusão social também é o foco da **Recriarte/CARE**, criada pela cooperativa de materiais recicláveis CARE, de Aracajú (SE). O programa é voltado para crianças e adolescentes residentes no Bairro Santa Maria, que atuavam como catadores de lixo e não eram atendidos por outros projetos sociais. O patrocínio da Ultragas teve início em 2011, com o aporte de R\$ 42 mil, que beneficiaram 120 crianças, filhas dos cooperados. Em 2012, foram investidos R\$ 53,1 mil, com um impacto direto sobre 260 crianças.

Ainda na linha da inclusão social, a ONG **Ação Comunitária**, de São Paulo, trabalha com crianças, adolescentes e jovens que moram em região de alta vulnerabilidade na zona sul da capital paulista. Em 2012, o projeto atendeu 2.200 pessoas, e R\$ 100 mil foram destinados pela Ultragas por meio do Fumcad (Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente), cuja principal fonte de captação é a renúncia fiscal do Imposto de Renda.

Os incentivos da Ultragas também têm foco na profissionalização de jovens e adultos. Isso ocorre, por exemplo, por meio do patrocínio ao projeto *Pão de Casa*, voltado à formação de pessoas interessadas em trabalhar como padeiros e/ou confeiteiros. A iniciativa é promovida pela **ASA – Associação Santo Agostinho** — e os cursos são certificados pelo SENAI. As aulas são realizadas na zona norte de São Paulo, e os investimentos da Ultragas no projeto totalizam R\$ 48,4 mil, em 2012. No período, 192 jovens foram formados.





Treinamento em segurança e atenção à ergonomia



Curiosidade

Três bilhões de pessoas no mundo ainda dependem da queima de combustíveis tradicionais, como madeira, carvão e dejetos de animais para cozinhar em antigos fogões ou lareiras, ficando expostas à poluição dentro de suas casas. Cerca de dois milhões de mortes por ano são atribuídas a doenças decorrentes dessa prática. O Gás LP, além de mais seguro, moderno e portátil, é considerado uma energia mais eficiente, devido ao seu alto poder calorífico, e ainda contribui por emitir menos CO₂ e materiais particulados, na comparação com outros combustíveis fósseis.

(Fonte: World Liquefied Petroleum Gas Association – WLP GAS)

A Ultragaz é reconhecida pelo processo sistemático de treinamento que desenvolve junto aos funcionários sobre os quesitos de segurança. Afinal, é responsável pelo armazenamento, transporte e distribuição de um produto inflamável. A empresa investe no treinamento para que os aspectos de segurança sejam sempre observados no manuseio dos botijões, nos cuidados com a instalação e na verificação e ação imediata diante de eventuais vazamentos.

Essas medidas são fundamentais para se evitar acidentes e reduzir os índices de não conformidades externas. O que, aliás, vem ocorrendo ano a ano, como se pode ver pela tabela.

Em 2012, 594 profissionais internos passaram por treinamentos relacionados à segurança, como NR10, CIPA, Brigada de Emergência, Primeiros Socorros, entre outros.

A campanha Escalada de Segurança, que havia sido criada em 2009 com o objetivo de estimular a prática do comportamento seguro entre os trabalhadores e de reduzir os acidentes de trabalho, teve bons resultados e, em 2012, foi institucionalizada permanentemente, ganhando o nome de **Programa de Escalada de Segurança**. Com isso, cresceu ainda mais em relevância dentro da própria organização.

Como estratégia para reforçar os preceitos de segurança, a companhia iniciou, também em 2012, o programa **Aprendendo com os Acidentes**. Por meio de dinâmicas de grupo e outras atividades, a campanha ressalta o princípio de que todo acidente é evitável, e que a prevenção cabe a cada colaborador. As ações mostraram-se estratégias eficazes de minimização de acidentes.

Devido à intensificação desses dois programas, foram registrados, em 2012, 85 acidentes com e sem afastamento, uma redução de 46% na comparação com 2011, quando foram registrados 158 ocorrências. Tal redução superou a meta inicial, que era de reduzir as taxas de frequência e gravidade dos acidentes em, no mínimo, 10% a cada ano.

A questão da ergonomia também é um ponto de atenção permanente da área de Segurança, Saúde Ocupacional e Meio Ambiente da Ultragaz, que desenvolveu um estudo mostrando uma correlação entre acidentes na hora da carga, descarga e entrega dos botijões de Gás LP e os riscos ergonômicos. A partir daí, e aproveitando o processo de renovação da frota, o setor de SSMA, em parceria com o setor de Logística, desenvolveu um sistema de plataforma elevatória para subir e descer os botijões de 45 kg dos caminhões. A medida já

foi adotada em 100% da frota de veículos modelos *Iveco-Daily 55C16-CS* e *Iveco-Daily 35S14-HDCS*.

Outra inovação tecnológica que contribuiu como item de segurança para o trabalhador refere-se ao carrossel para envase de gás industrial, instalado na Unidade Barueri, em 2012 (*veja mais no capítulo Desempenho Econômico*). Composto por balanças eletrônicas industriais de precisão, o equipamento contribuiu para reduzir ruídos e melhorar a ergonomia nos postos de trabalho.

Ainda relacionado aos temas de saúde e segurança dos funcionários, são permanentes os **Diálogos de Segurança, Saúde e Meio Ambiente** (DSSMA), uma conversa diária e informal, com duração de 15 minutos, em que os colaboradores compartilham experiências e aprendizados das atividades cotidianas. Em 2012, cerca de 3.500 funcionários participaram dos DSSMA.



DESAFIOS 2013

“O grande desafio é estimular as empresas associadas ao Projeto GLP a participar mais ativamente das suas atividades, compartilhando as suas experiências, no sentido de reduzir riscos, aumentando a eficiência e a segurança nas operações.”

João Nery
Superintendente do Comitê Brasileiro de Gases Combustíveis (ABNT/CB-09) e coordenador-executivo do Projeto GLP/Qualidade Compartilhada

incentivar os cuidados necessários para evitar certos males que acometem a população e estimular a prática de atividades esportivas e de doações.

Em 2012, a campanha contra a gripe e a influenza A (H1N1) vacinou 2.977 pessoas de 65 unidades, o que representa 74% do quadro

LA7 (parcial) – TAXA DE FREQUÊNCIA DE ACIDENTES DE TRABALHO (FUNCIONÁRIOS E ESTAGIÁRIOS) Em %

	2010	2011	2012
Taxa de frequência com afastamento	5,88	5,26	4,51
Taxa de frequência sem afastamento	3,58	10,13	3,83

PR2 – NÃO CONFORMIDADES RELACIONADAS AOS IMPACTOS CAUSADOS POR PRODUTOS E SERVIÇOS

2010	2011	2012
0,21	0,18	0,16

A empresa também incentiva a participação de seus colaboradores em fóruns de debates externos envolvendo as questões de saúde e segurança, contribuindo para que todos estejam preparados para formular propostas para a melhoria das condições de trabalho.

Os funcionários são ainda estimulados a integrar a CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes), realizada na matriz da companhia, em São Paulo, e em todas as bases de produção e lojas próprias. Todos os colaboradores da Ultragaz (100%) estão representados nos comitês formais de segurança e saúde e nas CIPAs.

SAÚDE E BEM-ESTAR

A Ultragaz também investe na qualidade de vida, no bem-estar e na saúde dos funcionários e de seus familiares. Por meio do **Programa Viver Bem**, são desenvolvidas diversas iniciativas preventivas e de promoção de hábitos saudáveis. Elas visam

funcional da empresa. A companhia também incentivou a participação de seus funcionários na 20ª Maratona Pão de Açúcar de Revezamento de São Paulo, em 16 de setembro de 2012, da qual participaram 189 funcionários.

Durante a **SIPAT** (Semana Interna de Prevenção de Acidentes) 2012 – Atitude Nota 10, a empresa tratou temas como consumo de álcool e drogas, suas consequências para a saúde das pessoas e os riscos que essas substâncias trazem para o desempenho no trabalho.

Na mesma linha, a Ultragaz promove o **Programa de Direção Defensiva**, realizado periodicamente e voltado para os condutores de veículos pesados da companhia. O treinamento tem foco nos conceitos da direção segura, abordando também questões relacionadas à prevenção de acidentes, economia de combustível e manutenção dos veículos. Os motoristas da empresa terceirizada de transporte passam pelo **Programa de Transporte de Materiais Perigosos** (MOP) — iniciativa implementada pela Ultragaz em parceria com o governo federal. A Ultragaz também investiu, nos últimos dois anos, em um amplo programa de troca da frota de caminhões para o transporte de Gás LP por veículos mais novos e modernos (*leia mais em Desempenho Ambiental*).



Segurança em primeiro lugar



Para qualquer empresa que atua na área de envase e distribuição de Gás LP, a segurança, a conformidade e a qualidade são condições essenciais para o bom desempenho do negócio e para a própria manutenção de suas atividades e operações, uma vez que o produto é perigoso e inflamável. A responsabilidade com a segurança é, portanto, uma questão central para a Ultragaz, e todos os produtos que levam a marca da companhia passam por um processo rigoroso de controle e inspeção.

Além de obedecer a todos os padrões definidos pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), os botijões e os recipientes da companhia são envasados em unidades certificadas pela ISO 9001, fabricados com chapas de aço de qualidade, resistentes a altas temperaturas e pressões e periodicamente requalificados.

A Ultragaz busca estar alinhada com o que há de mais inovador em termos de novas tecnologias de segurança, detectores de vazamentos, reguladores mais seguros e manutenção de seus botijões de Gás LP. Além disso, a empresa contribui com a divulgação de manuais e cartilhas de orientação preparadas pelo Sindicato Nacional de Gás

Liquefeito de Petróleo (Sindicagás), em parceria com o Corpo de Bombeiros, principalmente orientando os clientes para a necessidade de troca periódica das mangueiras plásticas.

Após o envasamento, cada botijão recebe um lacre de proteção e é etiquetado com um rótulo que fornece ao consumidor informações sobre os aspectos fundamentais para garantir a segurança durante as fases de instalação, uso e manuseio do produto, bem como os contatos para eventuais serviços de assistência técnica.

O desafio é manter os revendedores sempre bem informados, pois são eles que fazem a troca dos botijões nos lares e nos estabelecimentos comerciais brasileiros. Para isso, a Ultragaz lançou, em 2012, o **Portal da Revenda**, uma ferramenta que agiliza a comunicação da Ultragaz com os revendedores e os mantém atualizados sobre tudo o que acontece na empresa e influencia diretamente na operação.

PESQUISA DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

Esse trabalho diário, inegociável e reconhecido pelos consumidores domésticos e corporativos reflete-se nos índices de satisfação de clientes.

Em intervalos de tempo de, no máximo, seis meses, a Ultragaz realiza pesquisas de opinião com esses públicos para conhecer os aspectos positivos e as oportunidades de melhoria dos serviços prestados.

De acordo com a metodologia aplicada, desenvolvida para garantir a lisura e isenção dos resultados, os entrevistados são selecionados por meio de critérios estatísticos, de modo que as amostras sejam representativas.

A pesquisa apresenta aos participantes uma escala de quatro intervalos (de insatisfeito a muito satisfeito), que, por sua vez, define o Índice de Satisfação do Cliente (ISC). Para ser classificada como “bom fornecedor”, a Ultragaz ou a Brasilgás (na Bahia) devem atingir um percentual igual ou superior a 80% nessa escala de satisfação. Depois de consolidados, os resultados são apresentados aos colaboradores de cada segmento e passam por uma análise crítica do sistema de gestão de qualidade. Quando o ISC fica abaixo de 80%, os analistas são acionados para verificar eventuais inconformidades e, caso necessário, determinam a realização de ações corretivas e de prevenção, para o aprimoramento dos processos.

PR5 – PRÁTICAS RELACIONADAS À SATISFAÇÃO DO CLIENTE, INCLUINDO RESULTADOS DE PESQUISAS QUE MEDEM ESSA SATISFAÇÃO

PESQUISA DE SATISFAÇÃO DE CLIENTES*

	2011	2012
Assistência técnica (empresarial)	90,1%	93,0%
Clientes Ativos (empresarial)	90,1%	95,7%
Novos Clientes (empresarial)	90,1%	96,1%
Revendas (domiciliar)	50,7%	47,1%
Consumidor Final (domiciliar)	87,8%	90,8%

*A periodicidade varia conforme o segmento: Assistência Técnica (mensal); Clientes Ativos (semestral); Novos Clientes (trimestral); Revendas e Consumidor Final (semestral).

As pesquisas são realizadas pelas Unidades de Apoio ao Cliente (UAC) e serviços de 0800, e aplicadas conforme a norma ABNT 5426. Todos os segmentos registraram índice acima de 80%, e um aumento nos índices de satisfação, na comparação entre os resultados de 2011 e 2012 (veja tabela), com exceção das revendas, que atendem aos clientes domiciliares. Nessa categoria, tradicionalmente os índices de satisfação são menores, em função da inclusão de questões relativas a critérios comerciais, como “aspecto visual da embalagem”, acrescentado em 2012.

MULTAS E SANÇÕES

Em 2012, a Ultragaz desembolsou R\$648.914,48 para o pagamento de multas lavradas pela Agência Nacional de Petróleo (ANP), e R\$ 1.103.190,13 para as sanções aplicadas pelo Inmetro. Esses valores representam, respectivamente, uma redução de 48% e um aumento de 79%, na comparação com os valores de 2011.

As autuações ocorreram em função de algum descumprimento normativo ou de regulamentação, e a maior parte dos valores se refere a questões de comercialização nas revendas — que, a despeito de trabalharem dentro das melhores condições operacionais, eventualmente não atenderam a uma norma ou exigência por parte do órgão regulador.

É importante esclarecer que tais autuações são antigas, e que muitos problemas que as originaram já foram solucionados com a implementação de novos sistemas de controle. Cabe ainda ressaltar que a soma total justifica-se pela finalização e cobrança de processos de anos anteriores.



DESAFIOS 2013

“Precisamos melhorar a relação da Ultragaz com a comunidade e todos os seus stakeholders. Realizar mais ações, levando mais conhecimento para as pessoas. Tentar criar equilíbrio econômico, social e ambiental. A empresa tem de pensar sempre nesses três pilares, buscando esse equilíbrio. E a área de Saúde e Segurança do Trabalhador irá contribuir para isso ainda mais, em 2013, focando principalmente a prevenção de doenças e de acidentes do trabalho.”

*Raniere Feitosa Oliveira
Técnico em Segurança do Trabalho*

PR9 – VALOR MONETÁRIO DE MULTAS (SIGNIFICATIVAS) POR NÃO CONFORMIDADE COM LEIS E REGULAMENTOS RELATIVOS AO FORNECIMENTO E USO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

	2011	2012	VARIAÇÃO %
ANP	R\$ 1.256.422,20	R\$ 648.914,48	- 48%
Inmetro	R\$ 615.762,49	R\$ 1.103.190,13	+ 79%
DISTRIBUIÇÃO DE MULTAS PAGAS AO INMETRO EM 2012			
AUTUAÇÃO – ANOS ANTERIORES	AUTUAÇÕES 2010	AUTUAÇÕES 2011	TOTAL DE AUTUAÇÕES PAGAS EM 2012
R\$ 201.226,62	R\$ 246.231,94	R\$ 447.519,68	R\$ 208.211,89
DISTRIBUIÇÃO DE MULTAS PAGAS À ANP EM 2012			
AUTUAÇÃO – ANOS ANTERIORES	AUTUAÇÕES 2008	AUTUAÇÕES 2009	AUTUAÇÕES 2011
R\$ 368.648,00	R\$ 86.040,00	R\$ 181.738,08	R\$ 12.488,40



DESEMPENHO AMBIENTAL

GRI EN3, EN8, EN16, EN 21 (parcial), EN22, EN29



Conhecer para gerenciar

Iniciativas estruturadas e planos para identificar os principais impactos da Ultragaz marcam gestão de aspectos ambientais da empresa



TOP Combate ao comércio ilegal

A Ultragaz apoia e participa das ações de combate ao comércio informal de Gás LP no Brasil, promovidas pelo Sindicato Nacional de Gás Liquefeito de Petróleo (Sindigás) e pela Agência Nacional de Petróleo (ANP). Um dos destaques dessa atuação é o **Programa Gás Legal**, que foi lançado em 2010, pela ANP, com o objetivo de coibir a oferta do produto clandestino e garantir a segurança do consumidor.

Em quase três anos de programa, observou-se uma queda gradual no comércio informal de Gás LP, atingindo um índice de redução de 65% no último levantamento, realizado em agosto de 2012. Esse resultado deve-se a várias ações, como a intensificação da fiscalização em mais de 3.500 pontos de venda; o aumento do número de autuações lavradas e de interdições realizadas; a ampliação do número de revendedores autorizados; a realização de palestras para autoridades, distribuidores e revendedores; e a distribuição de cartilhas que abordam o tema.

(Fonte: Sindigás)

Líder na distribuição de Gás LP no Brasil, a Ultragaz tem investido na identificação, no monitoramento e na minimização dos impactos ambientais de suas operações. Em 2012, a companhia iniciou um projeto de vistorias periódicas para verificar o grau de aderência das bases de produção às diretrizes de responsabilidade ambiental preconizadas pela Ultragaz. O processo envolve desde o diagnóstico, para identificar se as ações estão sendo devidamente implementadas, até a definição de planos de ação correspondentes a seis temas prioritários: Efluentes; Resíduos Sólidos;

Requisitos Legais; Emissões Atmosféricas; Gerenciamento de Produtos Químicos; e Gestão Ambiental. Alguns resultados consistentes já começam a aparecer. Um software passou a ser utilizado, em 2012, no monitoramento da gestão ambiental em todas as bases de produção.

Na gestão de emissões de GEE, por exemplo, o exercício de 2012 foi marcado pela redução relacionada às viagens aéreas a partir da implantação de novas salas de videoconferência. Foram registradas 1.078 tCO₂e (toneladas de carbono equivalente) relacionadas a viagens no período,

6,5% menos do que as 1.153 tCO₂e registradas em 2011, e 55,9% menos do que as 2.445 tCO₂e de 2010. Entre fevereiro de 2012 e julho de 2013, dez novas salas de videoconferências serão instaladas, reduzindo ainda mais a necessidade de

viagens aéreas. A Ultragaz também deu continuidade aos processos de substituição da frota de veículos e de racionalização dos itinerários de entregas de Gás LP em todo o país.

A definição de estratégias de mitigação das emissões nas operações de distribuição ocorreu após o resultado do primeiro Inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) da Ultragaz, iniciado em 2009 e concluído em 2010. Naquela oportunidade, identificou-se que mais de 47% das emissões da empresa são originárias do transporte rodoviário, devido às operações de distribuição do gás. Quando são consideradas as vendas, nas quais 100% das emissões concentram-se na distribuição do Gás LP, o percentual geral das emissões relacionadas ao transporte rodoviário da Ultragaz fica em torno dos 97%. Os outros 3% referem-se a emissões decorrentes do processo produtivo.

16.228 toneladas de CO₂ equivalente, em 2011, para 19.621 tCO₂e, em 2012. Isso ocorreu, basicamente, por três fatores: a ampliação da base de clientes de pequeno porte, com entregas pulverizadas, a partir da aquisição da Repsol, no final de 2011; a ampliação do número de visitas, em decorrência da estratégia comercial de pulverização de clientes; e a expansão das operações nas regiões Norte/Nordeste e Centro-Oeste, que acabam por ampliar as distâncias percorridas e, conseqüentemente, o consumo de combustíveis.

Mesmo assim, os resultados apontam uma redução de 2,8% no total de emissões diretas e indiretas de GEE, em 2012, na comparação com o ano anterior, e de 33%, em relação a 2010.

Com relação ao produto em si, o Gás LP é um derivado do petróleo, portanto, um combustível fóssil não renovável, cuja queima gera gases de efeito estufa. Entretanto, a queima do Gás LP



A primeira por meio do **Projeto de Monitoramento Remoto** do estoque, associado ao UltraSystem, que indica o momento mais adequado para reabastecimento de clientes corporativos. A segunda, pelo sistema **Roadnet**, ferramenta que faz a gestão de rotas e indica o melhor caminho para os caminhões que distribuem Gás LP aos clientes empresariais. Juntas, essas iniciativas também ajudam a reduzir o tempo de entrega e oferecem maior eficiência e segurança ao serviço prestado.

A partir dessas iniciativas, em 2012, foi possível reduzir a distância percorrida pela frota terceirizada em 324,5 mil quilômetros — o equivalente a oito voltas ao mundo seguindo a linha do equador —, na comparação com 2011.

SELO CARBON FREE

Ao longo de 2012, a empresa também investiu em ações de compensação de emissões de GEE por meio do projeto Ultragaz Cultural, iniciativa que leva arte e cultura a comunidades carentes há mais de 10 anos (*veja mais no capítulo Desempenho Social*).

Por meio do plantio de 522 árvores nativas da Mata Atlântica, foram compensadas 82,52 toneladas de gases de efeito estufa decorrentes do consumo de combustível da carreta do projeto e do funcionamento do gerador e do ar-condicionado no período compreendido entre 2008 e 2011. As emissões foram medidas por meio da metodologia GHG Protocol. A Ultragaz fará a manutenção da área restaurada pelo período de dois anos e irá monitorar o local anualmente ao longo de 30 anos.

A iniciativa foi reconhecida pela OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) Iniciativa Verde, que concedeu à Ultragaz o selo *Carbon Free*. Em 2013, a empresa vai mitigar os impactos gerados de três projetos itinerantes desenvolvidos em 2012 — *Ultragaz Cultural*; *Museu Itinerante Ultragaz*; e *Um Piano pela Estrada*. A compensação será feita por meio do plantio de 181 mudas de árvores, também em parceria com a organização do terceiro setor.

EN29 – IMPACTOS AMBIENTAIS SIGNIFICATIVOS DO TRANSPORTE DE PRODUTOS E OUTROS BENS MATERIAIS UTILIZADOS NAS OPERAÇÕES DA ORGANIZAÇÃO, BEM COMO DO TRANSPORTE DOS TRABALHADORES

EMISSÕES ULTRAGAZ (em tCO ₂ e/ano)			
TIPO DE FROTA	2010	2011	2012
Frota terceirizada*	39.277	44.418	43.889
Frota própria	16.729	16.228	19.621

*Não contempla dados das vendas.

EN16 – TOTAL DE EMISSÕES DIRETAS E INDIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA, POR PESO

Em tCO ₂ e			
	2010	2011	2012
	181.508	124.714	121.104

Já em 2010, a empresa deu início à substituição de toda a sua frota operacional. Veículos mais antigos foram substituídos por outros, novos e menos poluentes. Os novos caminhões possuem motores mais eficientes. As medidas possibilitaram a redução em até 35% nas emissões de gases poluentes e de efeito estufa. Entre 2011 e 2012, foram substituídos, ao todo, 250 veículos da frota domiciliar, e mais de 100 da frota empresarial, sendo 90 deles equipados com a tecnologia Euro 5/6. A frota pesada da Ultragaz possui 528 veículos no total. Desses, 74% têm menos de cinco anos de uso.

Apesar das iniciativas, houve um aumento nas emissões de GEE da frota própria de veículos, de

gera impactos ambientais significativamente menores do que a utilização dos fogões à lenha, por exemplo, que eram comuns na maioria dos lares brasileiros antes da chegada do Gás LP ao Brasil, em 1937.

INTELIGÊNCIA NA LOGÍSTICA

A Ultragaz está direcionando esforços na eficiência logística, desenvolvida a partir de investimentos em processos de otimização do número de viagens dos veículos, racionalização do consumo de combustíveis e redução da quantidade de quilômetros rodados. Tais ações foram conduzidas por duas frentes principais de atuação.

TOTAL DE QUILOMETROS RODADOS PELA FROTA			
	2010	2011	2013
Frota terceirizada*	42.243.489	42.406.875	42.082.329
Frota própria	Não disponível	25.625.467	29.287.262

*Não contempla dados das vendas.



Gestão eficaz de recursos hídricos promove redução de consumo



Curiosidade

Um estudo aponta que nos países europeus, onde a circulação de veículos movidos a Gás LP é permitida, os carros que o utilizam como combustível emitem cerca de 20% menos CO₂ do que os movidos a gasolina. (Fonte: World Liquefied Petroleum Gas Association - W LPGAS)

Em 2012, avanços na gestão dos recursos hídricos trouxeram resultados expressivos em relação ao consumo e à reutilização desse recurso. Ao longo do ano, foram consumidos quase 207 mil m³ de água. Esse resultado representou uma queda de 8% no consumo, na comparação com 2011. Ao todo, foram economizados 18,2 mil m³. Essa redução ocorreu, sobretudo, em função do maior tempo de recirculação em todo o processo e maior eficiência no tratamento do recurso.

A principal fonte de captação de água nas unidades da Ultragaz é a rede pública de abastecimento, que responde por aproximadamente 55% do total consumido pela empresa. Já o volume retirado de poços artesianos, que passou a ser monitorado a partir de 2011, representa 35% do volume captado, totalizando 72.567 metros cúbicos no ano passado. O restante é fornecido por caminhões-pipa, utilizados nas localidades onde não há poços artesianos e nas quais a rede pública de abastecimento não consegue suprir a demanda da filial.

A otimização de processos de reutilização de água também colaborou para o bom desempenho no período. Testes hidrostáticos aplicados na manutenção dos tanques de armazenamento de Gás LP nas bases de produção satélite e nas instalações de clientes corporativos possibilitaram uma economia significativa em 2012. Obrigatórios por lei, esses testes chegam a utilizar em torno de 120m³ de água por tanque, mas alguns procedimentos específicos permitem que o recurso seja reutilizado até 12 vezes.

Em relação ao descarte de água, a Ultragaz segue todas as determinações da legislação vigente. A companhia realiza análises químicas antes de destinar os efluentes para as estações de tratamento próprias ou de empresas selecionadas. E as ações para economizar água também têm resultado em diminuição no descarte de efluentes líquidos, como se pode ver pela tabela a seguir.

PROGRAMA ECONOMIZE VISA REDUZIR CONSUMO

A Ultragaz lançou, em 2012, o Programa Economize. O principal objetivo, na primeira etapa, foi o de conscientizar os colaboradores sobre a relevância da redução do consumo de recursos naturais como água, papel e energia elétrica.

Todos os colaboradores tiveram acesso às informações e às descrições sobre o objetivo

EN3 – CONSUMO DE ENERGIA DIRETA Em Gigajoules		
2010	2011	2012
409.103	336.995	373.387

do programa, bem como sobre a importância do consumo consciente, por diversos canais de comunicação, entre os quais, *folders* explicativos; *e-mail marketings*; inserções na intranet e nos quadros de avisos; e um vídeo institucional com a mensagem do Diretor de Operações sobre a iniciativa.

Para 2013, o objetivo é ampliar a divulgação do tema, estabelecer metas de redução de

EN8 – TOTAL DE ÁGUA RETIRADA POR FONTE*			
REGIÃO	2010	2011	2012
Água subterrânea (poço) m ³	Não disponível	102.504	72.567
Abastecimento da rede municipal (Concessionária) m ³	143.676	121.498	113.990
Outras fontes (Galão para consumo humano + caminhão pipa) m ³	Não disponível	1.218	20.409
Total	143.676	225.220	206.966

*O aumento expressivo no consumo de água, a partir de 2011, deve-se ao início do monitoramento e mensuração de água subterrânea (poços artesianos).

EN21 (parcial) – DESCARTE DE EFLUENTES LÍQUIDOS Em m ³			
	2010	2011	2012
Descarte total de efluentes líquidos	18.620,51	16.735,86	13.345,17
Total de toneladas de produtos comercializados	1.608.255	1.625.231	1.681.092
Descarte de efluentes por tonelada de produto comercializado (m ³ por tonelada)	0,012	0,010	0,008

consumo e apresentar sistematicamente os resultados do programa, visando à otimização e conscientização na utilização dos recursos naturais. A proposta é repensar as atitudes do dia a dia e provocar a mudança de hábitos dos colaboradores não só no ambiente da empresa, como em suas casas.

EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

A busca por eficiência energética nas unidades produtivas é uma orientação da Política de Sustentabilidade da Ultragaz e um desafio permanente para a companhia, uma vez que a empresa está em processo de expansão. Depois de dois anos consecutivos em queda, o consumo de



DESAFIOS 2013

“Os desafios estão ligados à busca por novas tecnologias que utilizem menos recursos naturais. Gerar menos resíduos de tinta e de lacre. Estamos conseguindo mudanças no processo produtivo, mas precisamos trabalhar para chegar a um cenário ideal. Desenvolver novos fornecedores, também com novas tecnologias, sempre em busca da redução do consumo de insumos na produção. O processo tem de ser mais sustentável e mais rentável.”

Flavio Pastorello
Gerente de Produção

energia direta aumentou, em 2012, para 373.387 gigajoules — uma alta de 10,7% em relação ao ano anterior. Isso aconteceu devido ao aumento na produção, a despeito das ações implementadas no período.

Essas iniciativas fazem parte do Programa de Redução no Consumo de Energia, que tem o objetivo de reduzir custos, aprimorar o controle e evitar desperdício. Para tanto, a Ultragaz conta com um software de gestão nas caixas primárias das bases de produção, que faz o acompanhamento do consumo em tempo real. Com essa ferramenta, é possível obter dados qualitativos de determinados equipamentos e adotar medidas assertivas para minimizar desperdícios.



Reprocessamento da borra de tinta gera economia de 30%



O Programa de Gerenciamento de Resíduos Sólidos da Ultragaz ganhou força nos últimos anos com o mapeamento dos principais impactos provocados pelas atividades da empresa. Esse trabalho fortaleceu ações já existentes e resultou em um projeto-piloto, iniciado em 2012, com o objetivo de reprocessamento da borra de tinta utilizada na pintura dos botijões — um resíduo classificado como perigoso (Classe 1) pela ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas), exigindo adequados manuseio, tratamento e disposição final.

O reprocessamento de borra de tinta foi implementado, em julho de 2012, em três bases de produção (Paulínia, Capuava e Barueri, todas no

estado de São Paulo). Exceto nessas unidades, a borra de tinta residual das outras bases ainda é enviada para incineração.

A borra tem um rendimento exatamente igual ao da tinta nova, mas, em caso de reaproveitamento, pode gerar uma redução de custos da ordem de 30%. Até o final de 2012, mais de 25 toneladas de borra foram reprocessadas, rendendo aproximadamente 10 mil litros de tinta. A previsão é levar o projeto para outras cinco unidades produtivas até o final de 2013, e, futuramente, implementá-lo em todas as bases da Ultragaz.

Outras ações para minimizar o desperdício e a geração de resíduos na cadeia de pintura dos botijões também estão ocorrendo no âmbito do

Projeto Pintura. Entre elas, estão a individualização das linhas de pintura dos botijões de gás (cada cabine agora conta com uma bomba sem variação de pressão), a revisão e a implantação de procedimentos, novos posicionamentos e regulagens das pistolas, além de treinamento dos colaboradores. Em 2012, foi instalado o equipamento *hot spray*, que possibilita a aplicação da tinta em temperaturas mais elevadas, resultando em menor tempo de secagem e melhor acabamento.

Somadas, essas iniciativas contribuíram para reduzir em 8% as despesas com aquisição de tintas ao longo de 2012, gerando uma economia aproximada de R\$1 milhão, além de contribuir para a redução da emissão dos chamados VOCs

— compostos orgânicos voláteis, na sigla em inglês — nas cabines. Ao todo, 14 mecânicos e operadores foram capacitados.

É possível dizer que esse projeto contempla todos os pilares da sustentabilidade, uma vez que minimiza os impactos ambientais, traz ganhos financeiros para a empresa e gera novos empregos no processo de reprocessamento da massa sólida de tinta.

ETIQUETAS BIODEGRADÁVEIS

Todos os botijões P13 (13 Kg), da Ultragaz, possuem uma etiqueta com dados sobre a empresa e informações sobre o manuseio e o uso. Produzidas com material plástico, elas são fundamentais para a segurança dos consumidores.

Em parceria com um fornecedor especializado, a Ultragaz desenvolveu, ao longo de 2012, etiquetas biodegradáveis, que se decompõem em menos tempo do que o plástico convencional — que geralmente demora 100 anos para se degradar — e causam menos impactos ao meio ambiente. As novas etiquetas deverão estar disponíveis no mercado a partir de 2013.

Atualmente, as etiquetas plásticas convencionais que retornam para a base de produção após o uso são encaminhadas para parceiros credenciados, que fazem a reciclagem do material. Em localidades onde não há possibilidade de reciclagem, as etiquetas são enviadas para incineração.

COLETA SELETIVA

A Ultragaz possui um programa estruturado de coleta seletiva, que envolve desde materiais de escritório recolhidos na matriz, nas bases de produção e nas revendas até a sua destinação para reciclagem. Todo o processo é documentado, para que tanto a Ultragaz quanto os seus parceiros tenham como comprovar aos órgãos de fiscalização ambientais o passo a passo da reciclagem de seus materiais.

Os botijões de aço têm uma vida útil de aproximadamente 15 anos, extensíveis por mais dez anos depois de passarem pelo processo de requalificação, conforme determina a legislação. Nesse período, eles são envasados novamente depois que chegam dos clientes, para então serem comercializados. Após o fim da vida útil dos botijões, eles são sucateados.

Em paralelo, a companhia desenvolve um programa de recolhimento de pilhas, baterias e celulares que já não estão em uso por parte dos colaboradores e dos consumidores de Gás LP. O objetivo

é dar a destinação correta para esses resíduos e encaminhá-los para o reprocessamento e para a reciclagem.

O recolhimento é feito por caminhões da Ultragaz e nas revendas participantes do programa. O serviço já está disponível nas cidades de São Paulo, São Caetano, Barueri, Ribeirão Preto e Guarujá (SP), Betim (MG), Salvador e Feira de Santana (BA). Entre agosto de 2011 e dezembro de 2012 foi recolhida 1,5 tonelada de resíduos.

Outra iniciativa estruturada em 2012 (e lançada em 2013) foi o projeto-piloto **Junte Óleo**, realizado pelo Instituto Triângulo em parceria com a Bunge e com a Ultragaz. A iniciativa tem por objetivo recolher o óleo de cozinha usado pela população em troca de sabão ecológico produzido a partir do próprio óleo reciclado. O processamento será feito na usina de reciclagem do Instituto Triângulo, que vende o excedente do óleo de cozinha usado para usinas de biodiesel.

A implantação começará pelas cidades de Ourinhos e Ribeirão Preto, no interior de São Paulo, e pelos municípios de Caucaia e Fortaleza, no Ceará. Após a avaliação da primeira fase do projeto, o objetivo é que ele seja gradativamente ampliado para todos os mercados atendidos pela Ultragaz.

EN22 – PESO TOTAL DE RESÍDUOS, POR TIPO E MÉTODO DE DISPOSIÇÃO

Em toneladas

TIPO DE RESÍDUO	2010	2011	2012
Perigosos	773	1.075	561
Não perigosos*	384	492	747

*Os valores estão diferentes dos publicados em anos anteriores em função da revisão no cálculo do indicador, em 2012.

Gestão da Biodiversidade

Em 2011, a Ultragaz iniciou um projeto-piloto para mapear a situação da biodiversidade no entorno das bases produtivas, chamado de LVA (Lista de Verificação Ambiental). Esse trabalho, concluído em 2012 e realizado com base em seis temas estratégicos (Gerenciamento de Resíduos Sólidos, Gerenciamento de Efluentes, Gestão Ambiental, Requisitos Legais, Emissões de Gases de Efeito Estufa e Gestão de Resíduos Químicos), apontou melhorias no monitoramento, processos e procedimentos ambientais da companhia.



DESAFIOS 2013

“Devemos adotar um viés de inovação, tanto no desenvolvimento de processos como de pessoas. Desenvolvê-los para que fiquem mais eficientes é uma boa maneira de extrair os melhores resultados. Cabe ressaltar que nunca nos limitamos ao espaço físico da companhia e, sim, buscamos a integração entre toda a cadeia de valor. Assim conseguimos sair na frente da concorrência, com o menor impacto possível, seja ele social ou ambiental, e com maior retorno financeiro e satisfação dos clientes.”

Vinicius Ibiapino
Gerente de Produção

Primeira Revenda Sustentável Ultragaz

A primeira revenda sustentável da Ultragaz, localizada na cidade de São Paulo, teve suas obras finalizadas em 2012. Construída de acordo com os padrões e orientações ambientais de edificações do USGBC (United States Green Building Council) e em processo de certificação pelo LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), a nova loja utiliza Gás LP no aquecedor de passagem, possui mecanismos para captação de água de chuva e conta com sistema de coleta seletiva de materiais.

A plataforma de condicionamento dos botijões também possui uma cobertura que evita altas temperaturas, janelas com brise (painéis para controlar a incidência da luz do sol) e exaustor para facilitar a circulação do ar.



PACTO GLOBAL

GRI 4.12; HR2; HR6; HR7

Pacto Global



Ultragaz é signatária do Pacto Global

A empresa atua no apoio e na difusão dos 10 Princípios Globais estabelecidos pela Organização das Nações Unidas, desde 2009, e, em 2012, assinou a carta-compromisso para a promoção da economia verde e inclusiva, produzida durante a Rio+20

Os Princípios do Pacto Global foram elaborados com base nos tratados e declarações internacionais de Direitos Humanos, Direitos do Trabalho, Meio Ambiente e Corrupção.

Sobre os esforços pela erradicação do trabalho infantil e análogo ao escravo, a Ultragaz desenvolve ações de mobilização junto aos seus fornecedores para a adoção de práticas sustentáveis nos negócios.

A primeira envolve a auditoria de fornecedores, que inclui, nos quesitos verificados, questões

relativas às relações de trabalho e aos direitos humanos. Para os 66 fornecedores considerados críticos — 3% do total —, a Ultragaz passou a exigir documentos que comprovem práticas de combate à discriminação e de prevenção ao assédio moral; investimentos em projetos sociais; análises de risco do negócio; e iniciativas de valorização da diversidade. Em 2012, foram concluídas as auditorias em 100% dos fornecedores críticos.

A Ultragaz também realizou, em dezembro de 2012, o I Encontro de Fornecedores Críticos. Na ocasião, foram apresentados temas como Inovação, Excelência na Qualidade, SSMA (Saúde, Segurança e Meio Ambiente), Compras e Sustentabilidade. Dos 49 participantes, todos avaliaram como “ótimo” ou “bom” os quesitos “atingimento dos objetivos”; “assimilação dos conteúdos”; “atendimento das expectativas”; e “aplicação dos conhecimentos adquiridos”.

Também em 2012, a empresa instituiu o Termo de Compromisso em Sustentabilidade para os Fornecedores Críticos, que visa alinhar a Política de Sustentabilidade Ultragaz aos Processos e Procedimentos dos Fornecedores Críticos. Ao final de 2012, 66% dos fornecedores críticos já haviam assinado esse novo compromisso.

A companhia possui, desde 2001, o Programa de Qualificação de Fornecedores e há 10 anos instituiu o Projeto de Qualificação de

Fornecedores Ultragaz. Desde o início do relacionamento com a Ultragaz, a empresa fornecedora passa a ser monitorada em itens como entrega e desempenho de seus produtos, o que consolida o Índice de Qualificação do Fornecedor (IQF). O desafio da melhoria contínua e do crescimento do indicador IQF incentiva e promove, também, a disseminação das boas práticas de saúde, segurança e meio ambiente internamente nas empresas. Os resultados têm sido comprovados pelos reconhecimentos em prêmios de gestão e inovação que a Ultragaz e os seus fornecedores têm recebido.

Já para a disseminação de práticas sustentáveis junto aos revendedores, a Ultragaz mantém o Programa de Qualificação das Revendas. Além de cuidar de toda a padronização do ponto de vista da marca, o Programa incentiva os revendedores a desenvolver ações de responsabilidade socioambiental junto às comunidades onde atuam. Para 2013, prevê-se a estruturação de um sistema de pontuação dos revendedores, com base na adoção efetiva dessas ações sustentáveis.

ECONOMIA VERDE E INCLUSIVA

Em 2012, o Diretor-Superintendente da Ultragaz, Pedro Jorge Filho, assinou a carta-compromisso intitulada *Contribuição Empresarial para a Promoção da Economia Verde e Inclusiva*, elaborada



Pacto Global - 10 Decisões Empresariais para Transformar o Planeta



1 RESPEITAR
e apoiar os direitos humanos reconhecidos internacionalmente na sua área de influência



2 ASSEGURAR
a não participação da empresa em violações dos direitos humanos



3 APOIAR
a liberdade de associação e reconhecer o direito à negociação coletiva



4 ELIMINAR
todas as formas de trabalho forçado ou compulsório



5 ERRADICAR
efetivamente todas as formas de trabalho infantil na sua cadeia produtiva



6 ESTIMULAR
práticas que eliminem qualquer tipo de discriminação no emprego



7 ASSUMIR
uma abordagem preventiva, responsável e proativa para os desafios ambientais



8 DESENVOLVER
iniciativas e práticas para promover e disseminar a responsabilidade socioambiental



9 INCENTIVAR
o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente responsáveis



10 COMBATER
a corrupção em todas suas formas, incluindo extorsão e suborno



pela Rede Brasileira do Pacto Global e distribuída no Fórum de Sustentabilidade Corporativa durante a Rio+20, a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, realizada em junho no Rio de Janeiro. No documento, as empresas signatárias assumiram 10 compromissos para melhorar a qualidade de vida das pessoas e do planeta e para contribuir com um desenvolvimento realmente sustentável. São eles:

1. Buscar sempre o resultado econômico sustentável;
2. Disseminar e incentivar boas práticas socioambientais nos processos produtivos e junto às cadeias de valor envolvendo fornecedores e clientes;
3. Investir em inovação e tecnologia com o objetivo de reduzir impactos;
4. Fortalecer o papel do consumidor e a importância de se pensar nos ciclos de vida de produtos e serviços;
5. Direcionar os investimentos sociais para fortalecer a inclusão social, a educação para a sustentabilidade e a promoção da diversidade humana e cultural;
6. Reforçar os cuidados no relacionamento com as partes interessadas e promover o comportamento ético;
7. Definir metas e relatar periodicamente o status no cumprimento das mesmas;
8. Promover a difusão do conhecimento;
9. Contribuir nas discussões sobre o desenvolvimento sustentável;
10. Influenciar e apoiar as decisões e políticas do governo brasileiro que contribuam para o desenvolvimento sustentável.



Excelência e qualidade em gestão são reconhecidas

Ultragaz recebeu prêmios por sua atuação em diferentes partes do Brasil, em reconhecimento à excelência no segmento de gás, qualidade em gestão, inovação e tecnologia

Os prêmios e os reconhecimentos obtidos pela Ultragaz, ao longo de 2012, representam uma valorização da busca pela excelência na distribuição de Gás LP em diferentes partes do Brasil. Tais honrarias estimulam a companhia a aperfeiçoar continuamente os seus processos, bem como a reforçar, em sua prática cotidiana, os compromissos com as melhores práticas de gestão. A seguir, os principais destaques de 2012.

- ◆ Prêmio de Gestão da Qualidade Bahia (PGQB) – categoria Ouro (Mercado Bahia)
- ◆ Prêmio Gaúcho de Qualidade e Produtividade (PGQP) – categoria Prata
- ◆ Prêmio Paulista da Qualidade em Gestão (PPQG) – categoria Prata (Mercado Domiciliar Grande São Paulo)
- ◆ Prêmio Paulista da Qualidade em Gestão (PPQG) – categoria Ouro (Mercado Domiciliar Interior de São Paulo)
- ◆ Prêmio Paulista da Qualidade em Gestão (PPQG) – categoria Ouro (Mercado Empresarial Grande São Paulo)
- ◆ Prêmio Paulista da Qualidade em Gestão (PPQG) – categoria Prata (Mercado Empresarial Centro)
- ◆ Prêmio Paranaense da Qualidade em Gestão (PPRQG) – categoria Diamante
- ◆ Prêmio Qualidade e Gestão Pernambuco (PQGP) – categoria Prata
- ◆ Prêmio de Excelência Sergipe (PEXSE) – categoria Prata
- ◆ Prêmio GLP de Inovação e Tecnologia 2012 – categorias Projetos de Instalação; Produção; Infraestrutura; Logística; e SSMA (Saúde, Segurança e Meio Ambiente)
- ◆ Prêmio DCI – Empresas do Ano 2012 (empresa mais admirada no segmento de gás)
- ◆ Prêmio Cozinha Profissional – categoria Melhor Empreendedor Brasil
- ◆ Top of Mind Mogi News
- ◆ Recall de Marcas – as marcas mais lembradas dos capixabas
- ◆ Marcas ícones em Vitória/ES
- ◆ Top of Mind de Santos
- ◆ Troféu Marketing e Negócios
- ◆ Prêmio Maiores & Melhores da Panificação Brasileira





Detector de Oring

Identificación de defensas en sistemas de línea en
inspección manual de cilindros de 13 kg. garantiza
seguridad accidental de los usuarios.

ULTRACAL GAS

Sumário GRI

O Relatório de Sustentabilidade da Ultragas atende aos requisitos para o nível B de aplicação da Global Report Initiative (GRI), conforme os seguintes parâmetros apresentados na tabela:

PERFIL PÁGINA

ESTRATÉGIA E ANÁLISE

1.1	Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão na organização sobre a sustentabilidade	4 e 5
1.2	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades	4 e 5

PERFIL ORGANIZACIONAL

2.1	Nome da organização	10
2.2	Principais serviços	11
2.3	Estrutura operacional	10
2.4	Localização e sede da organização	10
2.5	Países em operação	10
2.6	Tipo e natureza jurídica	11
2.7	Mercados atendidos	10
2.8	Porte da organização	10
2.10	Prêmios e reconhecimentos	48

PARÂMETROS PARA O RELATÓRIO

Perfil do relatório

3.1	Período coberto pelo relatório	6
3.2	Data do relatório anterior	6
3.3	Ciclo de emissão de relatórios	6
3.4	Dados para contato	3

Escopo e Limite do Relatório

3.5	Processo para a definição do conteúdo do relatório	6
3.6	Limite do relatório	6
3.7	Limitações de escopo e limite do relatório	6
3.8	Base para a elaboração do relatório	6 e 8
3.9	Técnicas de medição de dados e base de cálculos	6 a 9
3.10	Consequências de reformulações de informações	8 e 9
3.11	Mudanças significativas	8 e 9

Sumário de Conteúdo da GRI

3.12	Tabela que identifica a localização das informações	50 e 51
------	---	---------

NÍVEL DE APLICAÇÃO GRI

	C	C+	B	B+	A	A+
Autodeclarado						
Examinado por terceiros						
Examinado pela GRI						

GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENGAJAMENTO

4.1	Estrutura de governança da organização	14, 16 e 17
4.2	Principais executivos	14
4.3	Conselheiros independentes	14 e 17
4.4	Canais de comunicação com o Conselho	14
4.6	Processos para evitar conflitos de interesse	14
4.8	Declaração de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos	2
4.12	Cartas, princípios ou outras iniciativas que a organização subscreve	46
4.13	Participação em associações e/ou organismos	21
4.14	Engajamento de <i>stakeholders</i>	6 a 9
4.15	Base para identificação de <i>stakeholders</i>	6
4.16	Abordagens para engajamento de <i>stakeholders</i>	6 a 9
4.17	Principais temas e preocupações levantados por <i>stakeholders</i>	8 e 9

INDICADORES DE DESEMPENHO

Desempenho Econômico

EC2	Implicações financeiras, riscos e oportunidades advindos das mudanças climáticas	21
-----	--	----

Desempenho Ambiental

EN3	Consumo de energia direta	43
EN8	Total de retirada de água	43
EN16	Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa	40 e 41
EN21 (parcial)	Descarte total de água, por qualidade e destinação	43
EN22	Peso total de resíduos	45
EN29	Impactos ambientais no transporte de produtos	41

Desempenho Social – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente

LA1	Total de trabalhadores por tipo de emprego, contrato de trabalho e região	27
LA2	Número total e taxa de rotatividade – <i>turn over</i>	27

*Partes interessadas ou públicos de interesse da empresa

LA3 (parcial)	Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a temporários ou em regime de meio período, discriminados pelas principais operações	27
LA4	Total de trabalhadores abrangidos por acordos de negociação coletiva	30
LA6	Empregados representados em comitês de saúde e segurança	37
LA7 (parcial)	Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho, por região	37
LA8	Programas de educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de risco para empregados, seus familiares ou membros da comunidade com relação a doenças graves	37
LA10	Média de horas de treinamento	28
LA14	Proporção de salário base entre homens e mulheres	27

Desempenho Social – Direitos Humanos

HR2	Percentual de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e às medidas tomadas	46
HR6	Operações de risco de ocorrência de trabalho infantil	46

HR7	Operações de risco de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo	46
-----	--	----

Desempenho Social – Sociedade

S01	Programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades	33 a 35
S03	Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização	14, 16 e 17
S04	Medidas tomadas em caso de corrupção	16 e 17

Desempenho Social – Responsabilidade pelo Produto

PR2 (parcial)	Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados aos impactos causados por produtos e serviços na saúde e segurança durante o ciclo de vida, discriminados por tipo de resultado	37
PR5	Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas que medem essa satisfação	39
PR9	Valor monetário de multas (significativas) por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços	39



O **Relatório de Sustentabilidade Ultragaz 2012** foi produzido sob a coordenação da Diretoria de Operações e Gerência de Sustentabilidade, com a participação das seguintes áreas da empresa: Comercial (Domiciliar e Empresarial), Desenvolvimento Empresarial, Engenharia, Logística, Planejamento Financeiro, Qualidade, Produção, Marketing, Recursos Humanos, Relações Institucionais e Ouvidoria, Saúde, Segurança e Meio Ambiente e Relações com Investidores do Grupo Ultra. **Concepção, consultoria e texto:** Ideia Sustentável. **Projeto gráfico:** Cesar Mangiacavalli. **Fotos:** Arnaldo Kikuti, Mari Vaccaro, Silvia Zamboni, Marco Antonio Sá e Banco de Imagens Ultragaz. Solicitações de informações adicionais, sugestões ou comentários, envie e-mail para sustentabilidade@ultragaz.com.br.





E quer fazer sempre mais



== especialista no que faz

Cia. Ultragaz S/A.
Av. Brigadeiro Luis Antônio, 1.343, Bela Vista
01317-910, São Paulo, SP
Informações: sustentabilidade@ultragaz.com.br
www.ultragaz.com.br